

Empreendedorismo Verde

Wlademir Leite Correia Filho¹; Orlem Pinheiro de Lima²; André Luiz Nunes Zogahib³; Márcia Ribeiro Maduro⁴; Andréa Lanza Cordeiro de Melo⁵, Clairton Fontoura Ferret⁶;

(Professor Doutor da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)¹

(Professor Doutor da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)²

(Professor Doutor da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)³

(Professora Doutora da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)⁴

(Professora Doutora da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)⁵

(Professor Mestre da Escola Superior de Ciências Sociais /Universidade do Estado do Amazonas, Brasil)⁶

RESUMO:

A sustentabilidade deixou de ser um diferencial para se tornar uma exigência em quase todos os mercados. Governos e consumidores estão pressionando empresas a adotar práticas mais responsáveis em relação ao meio ambiente. Temas como economia circular, energia limpa e neutralização de carbono ganham protagonismo. Os empreendedores atentos às mudanças do mercado estão incorporando esses conceitos na sua prática, utilizando a sustentabilidade da produção ao marketing. O empreendedorismo verde apresenta-se como um caminho para o desenvolvimento econômico sustentável. Este artigo buscou apresentar os principais desafios e oportunidades ligados ao empreendedorismo verde. Se valendo de um estudo bibliográfico por meio da análise de artigos acadêmicos e relatórios sobre empreendedorismo verde, verificou-se que este tipo de empreendedorismo tem potencial para estimular a inovação tecnológica; promover o uso sustentável de produtos da natureza; influenciar mudanças de comportamento entre consumidores, incentivando escolhas mais conscientes; gerar empregos e promover a inclusão social.

Palavras-chave: empreendedorismo verde; economia circular; desenvolvimento sustentável; geração de valor; inovação.

Date of Submission: 24-06-2025

Date of Acceptance: 04-07-2025

I. Introdução

O mundo enfrenta uma crise ambiental sem precedentes, com mudanças climáticas, degradação ecológica e escassez de recursos naturais pressionando os limites do planeta. Neste cenário, o empreendedorismo verde surge como uma solução inovadora e sustentável que busca equilibrar crescimento econômico e preservação ambiental. Empreendedores verdes estão criando negócios que não apenas minimizam impactos ambientais, mas também promovem práticas para o desenvolvimento econômico sustentável.

A inovação promovida pelos empreendedores passa a ter um novo olhar focado na sustentabilidade ambiental, social e econômica de forma que juntas possam gerar valor para o negócio, para os clientes, para a sociedade e para o meio ambiente.

O Brasil com sua abundante biodiversidade possui um vasto campo para que iniciativas empreendedoras verdes possam alavancar resultados que tragam impactos positivos e possam servir de modelos para outros negócios similares.

Este artigo busca apresentar os principais desafios e oportunidades ligados ao empreendedorismo verde, descrevendo seu conceito, processos e modelos para que sirvam como fonte de conhecimento para aqueles que desejam empreender e ao mesmo tempo gerar valor com os recursos disponíveis na sua região, promovendo uma inovação sustentável. De igual forma este artigo buscou relacionar empreendedorismo verde como vantagem competitiva.

Este tema é importante para que se promova o empreendedorismo verde como uma forma inovadora de prática de negócios que trazem vantagem competitiva para um mercado moderno e cada dia mais preocupado com o uso dos recursos naturais do planeta.

II.Revisão da Literatura

Nesta parte são apresentados conceitos definidos pelos principais autores sobre os seguintes temas empreendedorismo verde, sustentabilidade, inovação sustentável.

2.1. Empreendedorismo

Os estudos acerca do empreendedorismo caracterizam-se atualmente por tratar o tema de forma segmentada (intraempreendedorismo, feminino, negro, social, verde etc.) visto que pela própria natureza é dinâmico e a sua forma de atuação e estudo também seguem essa linha.

Segundo Kraus *et al* (2019) o empreendedorismo pode ser entendido como a evolução de novos negócios. Onde o empreendedor deve desenvolver soluções inovadoras para os problemas identificados, gerando oportunidades a serem devidamente utilizadas.

Este conceito vai ao encontro do que diz Santos Costa (2023), para esses autores o conceito de empreendedor envolve habilidades de coordenar e gerenciar situações, agregando valor por meio de inovações para aproveitar oportunidades diante das demandas do mercado em constante mudança.

Rosa *et al* (2020) ressalta que Drucker (2016) identifica os empreendedores como aqueles que exploram as oportunidades e as mudanças de acordo com a preferência dos consumidores, já que para o autor, eles possuem a característica da inovação, sendo capazes não somente de identificar oportunidades que permitam transformações de produtos ou serviços, mas de perceber mudanças no fluxo mercadológico com o intuito de estarem preparados para ocorrências futuras, ou seja, a inovação é a ferramenta específica desses empreendedores.

O empreendedorismo está diretamente relacionado com o desenvolvimento econômico e com a inovação, sendo esses temas de análise, debates e estudos nos últimos anos.

A identificação de oportunidades em um mercado globalizado e em constante mudança evolutiva, impulsionado por avanços tecnológicos e mudanças sociais, fazem com que o empreendedor foque sua atenção na criação de valor sustentável. Estudos mais recentes dedicam-se a investigar os perfis e as motivações dos empreendedores, assim como o ambiente e os fatores micro e macroeconômicos que influenciam sua prática.

Fatores como a influência da tecnologia digital no empreendedorismo e a sustentabilidade socioambiental tem sido cada dia mais trabalhados pelos pesquisadores que tem no empreendedorismo sua área de estudo (Silva *et al.*, 2022).

Para Oliveira e Santos (2021) o uso de inteligência artificial, big data e internet das coisas (IoT) direcionados na otimização de processos, personalização da experiência do cliente e geração de novas fontes de receita para empreendimentos de diferentes portes e setores.

De forma relevante tem crescido o interesse pelo empreendedorismo social e no impacto de negócios com propósito. Os empreendedores tem buscado considerar questões ambientais e sociais, e soluções inovadoras que conciliem a geração de lucro com a criação de valor para a sociedade (Souza; Pereira, 2023). Outros estudos recentes analisam os modelos de negócios de impacto, as métricas de avaliação de seu desempenho social e ambiental, e os desafios e oportunidades específicos desse tipo de empreendimento (Costa *et al.*, 2024).

Para Carvalho e Almeida (2022) novos modelos de negócios que visam reduzir o desperdício, reutilizar materiais e promover a economia de baixo carbono tem sido a cada dia mais vistos como oportunidades de geração de renda e trabalho. A questão da sustentabilidade e da economia circular tem se tornado um tema central nas discussões sobre empreendedorismo. E pesquisas que relacionam as oportunidades e os desafios para empreendedores que buscam integrar princípios de sustentabilidade em suas operações, bem como o papel do empreendedorismo na transição para uma economia mais circular e resiliente tem trazido uma nova base para o desenvolvimento empreendedor (Gomes *et al.*, 2023).

Desta forma pode-se afirmar que o campo do empreendedorismo não para de evoluir, impulsionado por transformações tecnológicas, sociais e ambientais. O ambiente cada vez mais complexo e interconectado tem sido um campo de pesquisas sobre o empreendedorismo, seus desafios e oportunidades na transformação de um mundo próspero e sustentável.

2.2. Empreendedorismo Verde

O empreendedorismo possui várias tipologias que identificam a maneira de realizar dos empreendedores. Um desses tipos é o empreendedorismo verde ou eco empreendedorismo que consiste em nortear a adoção de práticas e estratégias que integram o cuidado com o meio ambiente e a sustentabilidade à inovação e aos negócios, repensar processos, produtos e serviços para minimizar impactos ambientais, reduzir o desperdício e contribuir para a preservação dos recursos naturais.

Foi a partir dos anos de 1980 que as empresas começaram a buscar soluções inovadoras que combinavam desenvolvimento com responsabilidade ambiental. Neste século XXI com o agravamento das condições climáticas e a emergência da conscientização ambiental o empreendedorismo verde tem se mostrado a cada dia mais pujante e necessário.

Sousa de Sá (2023) afirma que o conceito economia verde, surgiu em 2008 no PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio ambiente), visando o crescimento da economia com base em ações de bem-estar e com riscos ambientais reduzidos, cujo objetivo seria preservar o meio ambiente. Portanto, este termo tem como significado central, conciliar a produção de baixo carbono, o uso eficiente e sustentável dos recursos naturais e a inclusão social. Neste contexto, o empreendedorismo verde, além de necessário por conta da sustentabilidade do planeta e sua manutenção de forma consciente, é uma forma de criar um público-alvo interessado neste segmento que a empresa deseja seguir, criando uma diferenciação do mercado competitivo.

O empreendedorismo verde, longe de ser um conceito estático, tem evoluído significativamente no século XXI, impulsionado por uma crescente urgência climática e uma maior conscientização sobre a finitude dos recursos naturais. A partir de 2020, observamos uma aceleração na integração de práticas sustentáveis nos modelos de negócios, com empreendedores buscando ativamente soluções inovadoras para os desafios ambientais contemporâneos (York & Venkataraman, 2020).

Empreendedores donos de startups e empresas estabelecidas estão desenvolvendo novas tecnologias para criar produtos e serviços que atendam às demandas de um mercado cada vez mais exigente por sustentabilidade. Esses empreendedores têm buscado financiamentos e negócios com foco em impacto e critérios ESG (Ambiental, Social e de Governança) têm sido contemplados com estímulos financeiros, alguns com recursos não reembolsáveis oriundos de agências de fomento e de outros empreendedores, conforme afirma Hoepner et al. (2021) de que esse movimento financeiro valida o potencial do empreendedorismo verde como uma força econômica relevante.

Esses investimentos mencionados acima têm contribuído para que os empreendedores enfrentem os desafios e persistam na busca das suas metas. Negócios verdes muitas vezes requer investimentos significativos em pesquisa e desenvolvimento, além de enfrentar barreiras regulatórias e a necessidade de educar consumidores sobre os benefícios de produtos e serviços sustentáveis. A sinergia dos participantes do triplice hélice (Empresas, Governos, Universidades) contribui para superar obstáculos e criar um ecossistema favorável ao empreendedorismo verde (Sukhwani et al., 2020).

A economia circular emerge como um princípio fundamental do empreendedorismo verde contemporâneo. Empreendedores estão cada vez mais focados em modelos de negócios que visam estender o ciclo de vida dos produtos, reduzir o desperdício e promover a reutilização, a remanufatura e a reciclagem. Essa abordagem não apenas minimiza o impacto ambiental, mas também cria novas oportunidades de negócios e gera valor a partir de recursos que antes eram considerados descartáveis (Kirchherr et al., 2021).

Desta forma pode-se afirmar que cada dia mais o empreendedorismo verde se consolida como um campo dinâmico e essencial para a construção de um futuro sustentável. Impulsionado pela inovação tecnológica, pelo aumento da conscientização ambiental e pelo crescente interesse de investidores, ele representa uma oportunidade para conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação do planeta. A contínua evolução desse campo e o apoio de diferentes atores são cruciais para que o empreendedorismo verde alcance seu pleno potencial como motor de transformação para uma economia mais justa e ecologicamente responsável.

2.2.1. Práticas Sustentáveis

As mudanças acontecidas no cenário global empresarial têm trazido novos desafios ambientais e sociais. Práticas sustentáveis de negócios emergiram não apenas como um imperativo ético, mas também como uma estratégia fundamental para a resiliência e o sucesso a longo prazo das organizações (Elkington, 2020).

Para Porter & Kramer (2021) a integração da sustentabilidade no cerne das operações empresariais transcende a mera filantropia ou o cumprimento de regulamentações. Imperativo se torna a adoção de uma visão holística que considera os impactos econômicos, ambientais e sociais nas decisões de negócio. Um fator muito atual, considerando toda essa nova situação é o da economia circular que segundo Silva et al (2023), propõem um modelo produtivo regenerativo, minimizando o desperdício e maximizando o uso de recursos, reduzindo seu impacto ambiental, mas também podendo gerar novas oportunidades de negócio e fortalecer seu marketing de marca.

Outra prática sustentável de crescente relevância é a gestão da cadeia de suprimentos sustentável. As organizações estão cada vez mais reconhecendo que sua responsabilidade ambiental e social se estende para além de suas operações diretas, abrangendo seus fornecedores e parceiros (Azevedo et al., 2024). A implementação de critérios de sustentabilidade na seleção e avaliação de fornecedores, bem como a promoção de práticas responsáveis ao longo da cadeia, contribui para a redução de riscos e para a construção de um ecossistema de negócios mais ético e resiliente.

De igual forma a transparência e a comunicação das práticas sustentáveis tornaram-se elementos cruciais para a credibilidade e o engajamento das partes interessadas. Relatórios de sustentabilidade, elaborados em consonância com padrões internacionais fornecem informações detalhadas sobre o desempenho ambiental, social e de governança (ESG) das empresas. A divulgação transparente dessas informações permite que investidores, consumidores e outros stakeholders avaliem o compromisso genuíno das organizações com a sustentabilidade (Oliveira & Costa, 2025).

As práticas sustentáveis de negócios deixam de ser modismo para ser uma tendência e a partir daí se tornam uma estratégia corporativa moderna. O uso racional de matéria prima e uma maior preocupação com toda a cadeia produtiva e também com o meio ambiente agora está na agenda inovadora dos empreendedores.

2.3. Inovação

A busca por novas oportunidades e a implementação de ideias criativas que geram valor é para Blank & Dorf, (2020) o conceito de inovação empreendedora, indo na mesma linha de autores clássicos como Schumpeter e Drucker e tem experimentado uma ressignificação significativa no século XXI, conforme pode-se verificar no pensamento de Mazzucato (2021) que afirma que a inovação empreendedora contemporânea se caracteriza por uma maior complexidade, dinamismo e foco em soluções sustentáveis e de impacto social, impulsionada por avanços tecnológicos exponenciais, mudanças socioeconômicas e desafios globais urgentes.

A convergência entre tecnologia e empreendedorismo é uma tendência marcante neste século XXI. Para Brynjolfsson & McAfee (2023) a rápida disseminação de tecnologias como inteligência artificial, internet das coisas (IoT), blockchain e biotecnologia tem aberto novas fronteiras para a criação de produtos, serviços e modelos de negócios disruptivos.

Segundo Ries (2021) os empreendedores inovadores estão explorando o potencial tecnológico desenvolvido neste novo século para resolver problemas complexos em diversas áreas, como saúde, educação, energia, finanças e mobilidade, muitas vezes com um foco em escalabilidade e alcance global.

Diversos autores como (Elkington, 2020; Yunus, 2022) afirmam que outros fatores têm sido considerados para a ação empreendedora inovadora, considerando problemas e necessidades enfrentados pela sociedade, tais como as mudanças climáticas, a desigualdade social e a escassez de recursos, dentre outros. Os empreendedores estão buscando soluções que conciliem o sucesso econômico com a geração de valor social e ambiental positivo.

Outra tendência relevante é a busca por um modelo de gestão que una a competição com a cooperação e que favoreça a inovação pelo desenvolvimento das capacidades dinâmicas das empresas, a saber: aprendizagem, adaptação e inovação. Busca-se a criação de redes e clusters que contribuam para o desenvolvimento das tríplexes, quádruplas e quádruplas hélices promotoras da inovação. No pensamento de Auerswald (2022) a inovação empreendedora ocorre em redes complexas que envolvem startups, empresas estabelecidas, universidades, centros de pesquisa, investidores, aceleradoras, incubadoras e governos. A colaboração e a troca de conhecimento entre esses diferentes atores são cruciais para acelerar o processo de inovação, facilitar o acesso a recursos e mercados, e fomentar uma cultura empreendedora dinâmica (Feld, 2020). A coopetição deve ser entendida como a colaboração interempresarial para obter vantagens mútuas sem comprometer suas posições no mercado.

III. Metodologia

Esta pesquisa é caracterizada como uma pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa, com um enfoque exploratório e também é um estudo de caso.

De acordo com Gil (2002) a pesquisa bibliográfica é construída com base em materiais previamente produzidos, tais como livros e artigos científicos pertinentes à área escolhida para o trabalho que é o empreendedorismo verde. O objetivo é apresentar diversas visões que possam servir como exemplo e serem trabalhados na sociedade.

Este estudo não busca esgotar completamente o assunto, mas sim de identificar suas principais abordagens, proporcionando aos leitores um conjunto de recursos para investigação e reflexão sobre o tema. Nesse processo de pesquisa, foram aplicados filtros para garantir a qualidade e relevância dos materiais coletados, tais como: empreendedorismo verde, sustentabilidade e inovação.

Esta pesquisa também é qualitativa, pois estuda aspectos subjetivos de fenômenos sociais e do comportamento humano. Os objetos de uma pesquisa qualitativa são fenômenos que ocorrem em determinado tempo, local e cultura. Minayo (2001). Estudam-se os símbolos, as crenças, os valores e as relações humanas de determinado grupo social.

Segundo Sampieri, Collado e Lucio (2013), a pesquisa exploratória é essencial para identificar variáveis e gerar hipóteses para estudos posteriores. Esse tipo de pesquisa permite ao pesquisador ter um primeiro contato com o tema, compreendendo seus aspectos fundamentais antes de avançar para análises mais aprofundadas. Com um enfoque exploratório, essa pesquisa tem o objetivo de ampliar o conhecimento sobre determinado tema, sem necessariamente buscar conclusões definitivas.

Devido ao caráter subjetivo de uma pesquisa qualitativa, é necessário realizar um trabalho de campo. O campo é o momento em que o pesquisador se insere no local onde ocorre o fenômeno social.

Para o presente trabalho foi realizado um estudo de caso que é um tipo de pesquisa que busca analisar uma situação específica, de maneira aprofundada e completa. O objeto de um estudo de caso pode ser um grupo social, uma organização ou um fenômeno social. Em um estudo de caso, o pesquisador busca entender o objeto de maneira completa, interpretando o contexto em que se insere e as variáveis que o influenciam. Segundo Yin (2015), essa abordagem permite uma análise aprofundada de um fenômeno dentro de seu contexto real, sendo

especialmente útil quando os limites entre fenômeno e contexto não estão claramente definidos. Dessa forma, o estudo de caso contribui para a compreensão de situações complexas e dinâmicas, permitindo ao pesquisador explorar variáveis diversas que influenciam o objeto de estudo.

Segundo Gil (2008), um estudo de caso pode ser classificado em três tipos principais: (i) estudo de caso único, quando há um caso específico que merece uma análise detalhada; (ii) estudo de casos múltiplos, quando diferentes casos são comparados para ampliar a compreensão sobre um fenômeno; e (iii) estudo de caso exploratório, que busca levantar hipóteses e identificar elementos fundamentais antes da realização de pesquisas mais estruturadas.

Dessa forma, o estudo de caso se destaca como uma abordagem robusta para a pesquisa científica, possibilitando uma compreensão profunda de fenômenos reais e contribuindo para o avanço do conhecimento em diversas áreas.

Além disso, ao adotar o estudo de caso como método, a pesquisa se aprofunda em um contexto específico, permitindo uma análise detalhada de um fenômeno real. Yin (2015) afirma que o estudo de caso é uma estratégia valiosa para compreender dinâmicas complexas, pois possibilita uma visão holística do objeto de estudo.

IV.Resultados e Discussões

4.1. Estudo de Caso

Os empreendedores têm se apercebido do grande valor que a economia verde tem trazido para os negócios e para a sociedade. Em especial no estado do Amazonas que pela sua estrutura socioambiental e suas riquezas econômicas têm se destacado em iniciativas focadas no desenvolvimento do empreendedorismo ligado a economia verde. A exploração racional dos produtos da floresta como óleos essenciais, frutas, minérios, fibras, dentre outros são base para o desenvolvimento do empreendedorismo verde.

Este artigo buscou ressaltar a ação empreendedora de uma empresa familiar localizada no município de Parintins que identificou uma oportunidade por meio da produção de iogurtes com sabores de frutas regionais.

Parintins é um município do estado do Amazonas que se destaca nacional e internacionalmente pela sua cultura popular com o a festa do boi bumbá que é uma competição entre duas agremiações folclóricas o boi bumbá caprichoso e o boi bumbá garantido. A competição acontece sempre nos três últimos dias do mês de junho e movimenta a economia local. Mas não só de boi vive o município, outras atividades como o artesanato, o comércio e o setor primário se destacam. A produção de leite bovino tem em Parintins um forte vetor de desenvolvimento econômico, gerando emprego e renda para aqueles que se dedicam a atividade.

Observando o mercado uma empreendedora aproveitou a oportunidade de ter as matérias primas disponíveis e buscou informações para aprender sobre o processo produtivo de iogurtes, inovando na forma de utilizar o leite bovino da região e utilizando as frutas regionais. Foi assim que em 1996, com uma vontade enorme de realizar algo que fosse relevante para ela que a empreendedora Keila de Souza saiu do sonho e partiu para a ação, nasceu a empresa NatuGurt, especializada em iogurtes artesanais. Indo de porta em porta com um grande poder de persuasão e com um produto de alta qualidade logo o mercado absorveu a produção.

Com muita persistência e comprometimento a empreendedora enfrentou as dificuldades dos primeiros anos de implantação da empresa com muita autoconfiança e a partir de 2015 resolveu correr maiores riscos, inserindo embalagens com maior quantidade e aumentando sua linha de produtos com frutas regionais. Buscou apoio e novos conhecimentos com entidades de apoio aos empreendedores, mas especificamente no Sebrae e com essa parceria profissionalizou a empresa, desde a produção até a gestão, valorizando a marca e as qualidades do produto. Em 2021 renovou sua marca com um design mais moderno e no ano seguinte inseriu uma nova linha de produtos com os iogurtes tipo grecco com sabores amazônicos.

A empreendedora começou a participar de feiras e com muita determinação continuou lançando novos sabores regionais. Mas foi em 2024, que a Natugurt conquistou o selo de inspeção municipal (SIM), garantindo a conformidade com as normas higiênico-sanitárias e fortalecendo a credibilidade dos seus produtos no mercado local. Foram adquiridas novas máquinas e equipamentos que aumentaram sua capacidade produtiva, sua eficiência operacional e a sua qualidade. E a meta agora é partir para atender novos mercados, principalmente Manaus, onde a empresa já busca parcerias com pontos de vendas selecionados.

Assim como a empreendedora Keila outros empreendedores têm se valido da disponibilidade de matérias primas regionais para explorar de maneira sustentável as potencialidades regionais, muitos buscando trabalhar comércio justo, a geração de resultados nas áreas social, econômica e ambiental.

V.Conclusão

Os consumidores verdes caracterizados por aqueles que possuem preocupação com o impacto ambiental do sistema produtivo e de suas escolhas de consumo que considerem todo o processo de sustentabilidade das empresas e não unicamente o lucro tem crescido conforme diversos estudos como o de Boszczowski e Teixeira

(2012). Inovação e comércio justo são fatores que também têm sido bastante considerados nas escolhas desse novo consumidor.

No contexto atual, o empreendedorismo verde emerge como uma oportunidade de negócio, combinando aspectos econômicos e preservação ambiental (Souza de Sá, 2023). As empresas, ao adotarem práticas sustentáveis, não apenas preservam o meio ambiente, mas também fortalecem sua reputação e credibilidade por meio do chamado Marketing Verde (Souza, 2004).

O empreendedorismo verde abrange diversos modelos de negócios, desde startups até grandes empresas. Segundo diversos estudos como os Hockerts e Wüstenhagen (2010) e de Dean e McMullen (2007) apud (Souza de Sá, 2023), o principal objetivo é reduzir impactos ambientais e, ao mesmo tempo, identificar oportunidades lucrativas em resposta à crescente demanda por produtos denominados verdes que tem impulsionado o modelo de empreendedorismo verde.

Desde o final do século XX, o tema ganhou destaque entre governos, empresas e sociedade, com foco no fortalecimento da capacidade empreendedora, antes associada apenas à qualificação formal (Albagli & Maciel, 2002). Além dos fatores ambientais a inovação também tem sido um fator bastante relevante para gerar novas ideias de produtos e a modernização de processos, gerando empreendedores modernos e com foco nas demandas do mercado.

O conceito de empreendedorismo sustentável, conforme Boszczowski e Teixeira (2012), vai além de gerar valor econômico, pois também cria modelos de negócios inovadores que promovem o desenvolvimento sustentável. Esses modelos não só trazem benefícios sociais e ambientais, mas também oferecem aos empreendedores a chance de lucrar ao resolver questões ambientais e sociais.

Desta forma, o empreendedorismo verde assume alta relevância para aqueles empreendedores que possuem uma visão mais apurada com as demandas de mercado, gerando mais do que o lucro mas sim valor para os seus clientes, consumidores e o seu próprio negócio.

Este artigo buscou de maneira sucinta apresentar ao empreendedorismo verde como uma nova forma de realizar empreendimentos com foco nas demandas do mercado e ao mesmo tempo na utilização racional das potencialidades local, transformando ideias em realidade por meio da ação empreendedora.

Não há a pretensão de se ter algo acabado, mas sim de instigar outros pesquisadores a aprofundar o tema, apresentando casos de sucesso e os relacionando com a ação empreendedora que é o que realmente faz a diferença por meio dos resultados alcançados.

O empreendedorismo verde, pode trazer vantagem competitiva sustentável para os negócios, agregando valor, principalmente devido as mudanças que a sociedade passa nesse momento de repensar o meio ambiente e a exploração dos recursos naturais.

As oportunidades advindas do empreendedorismo verde são muito significativas e estão diretamente relacionadas com um futuro melhor onde a busca pela qualidade envolverá todo o processo, desde a extração da matéria prima até o produto final acabado, seu uso, reuso e descarte. Isso pode trazer a redução dos impactos ambientais, a melhoria da qualidade de vida das pessoas em geral e ao mesmo tempo gerar emprego e renda. Tudo isso por meio de práticas sustentáveis, criando novos modelos de negócios.

Por fim é de igual forma relevante afirmar que, o empreendedorismo busca operacionalizar ideias inovadoras, apresentando como resultados novos produtos e serviços para o mercado.

Referências

- [1]. Albagli, S., & Maciel, M. L. (2002). Capital social e empreendedorismo local. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- [2]. Auerswald, P. E. (2022). The code of innovation: The power of inclusive co-creation in the digital age. Princeton University Press.
- [3]. Azevedo, R., Souza, J., Lima, T., & Oliveira, A. (2024). Gestão da cadeia de suprimentos sustentável: desafios e oportunidades. *Revista Brasileira de Gestão Ambiental*, 18(2), 250–265.
- [4]. Blank, S., & Dorf, B. (2020). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. John Wiley & Sons.
- [5]. Boszczowski, A. K., & Teixeira, R. M. (2012). O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: Em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. *Revista Economia & Gestão*, 12(29), 141–168. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109>
- [6]. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2023). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W. W. Norton & Company.
- [7]. Carvalho, M., & Almeida, R. (2022). Empreendedorismo e economia circular: desafios e oportunidades. *Revista de Gestão Ambiental*, 11(2), 120–135.
- [8]. Costa, S., Lima, A., & Ribeiro, T. (2024). Avaliação de impacto em negócios sociais: Métricas e desafios. *Anais do Congresso Brasileiro de Empreendedorismo*.
- [9]. Elkington, J. (2020a). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. John Wiley & Sons.
- [10]. Elkington, J. (2020b). Green swans: The coming boom in regenerative capitalism. Fast Company Press.
- [11]. Feld, B. (2020). Startup communities 2.0: Rebooting the entrepreneur's playbook. John Wiley & Sons.
- [12]. Gil, A. C. (2008). Como elaborar projetos de pesquisa (5ª ed.). Atlas.
- [13]. Gomes, L., Carvalho, T., & Silva, D. (2023). O papel do empreendedorismo na transição para uma economia sustentável. *Revista Inovação e Sustentabilidade*, 14(1), 78–92.
- [14]. Hoepner, A. G. F., Oikonomou, I., Schröder, M., & Zhou, R. (2021). ESG sentiment and stock returns around the world: The COVID-19 pandemic as a trigger. *Finance Research Letters*, 41, 101873.

- [15]. Kirchherr, J., Reche, L., Carrigan, M., & Pakseresht, J. (2021). The circular economy for the common good: A critical literature review. *Journal of Cleaner Production*, 287, 125095.
- [16]. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship in the public sector. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1247–1268.
- [17]. Mazzucato, M. (2021). *Mission economy: A moonshot guide to changing capitalism*. Allen Lane.
- [18]. Minayo, M. C. S. (2001). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde* (9ª ed.). Hucitec.
- [19]. Oliveira, J., & Santos, F. (2021). Transformação digital e novas oportunidades de negócios. *Revista de Administração e Inovação*, 18(4), 560–575.
- [20]. Oliveira, S., & Costa, M. (2025). Transparência e relatórios de sustentabilidade: Um estudo sobre a divulgação de informações ESG. *Revista de Administração de Empresas*, 65(1), 100–115.
- [21]. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2021). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 99(1), 84–93.
- [22]. Ries, E. (2021). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- [23]. Rosa, A. M., Neves, J. M. S., Rosa, A. C. M., & Santos, R. O. B. (2020). Empreendedorismo, inovação e criatividade: Uma análise bibliométrica. XVII SEGet – Semana de Excelência em Gestão e Tecnologia. <https://www.researchgate.net/publication/347510560>
- [24]. Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa* (5ª ed.). Penso.
- [25]. Santos Costa, K. C. D. (2023). Empreendedorismo e inovação: Conceitos e desafios. *Caderno Intersaberes*, 12(41), 156–169.
- [26]. Silva, L., Pereira, J., & Costa, R. (2023). Economia circular e seus impactos na performance empresarial. *Revista de Inovação e Sustentabilidade*, 14(3), 320–335.
- [27]. Silva, R., Oliveira, M., & Lima, F. (2022). Resiliência digital e adaptação de negócios em tempos de crise. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 12(2), 210–225.
- [28]. Sousa de Sá, I. R. (2023a). *Empreendedorismo verde: Sustentabilidade para desenvolvimento dos negócios* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal Rural do Semi-Árido]. <https://repositorio.ufersa.edu.br>
- [29]. Souza, R. S. (2004). Fatores de formação e desenvolvimento das estratégias ambientais nas empresas (p. 283). Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- [30]. Souza, V., & Pereira, M. (2023). Empreendedorismo social e a criação de valor compartilhado. *Revista Brasileira de Administração*, 63(1), 95–110.
- [31]. Sousa de Sá, I. R. (2023b). *Empreendedorismo verde: Sustentabilidade para desenvolvimento dos negócios* [Monografia, Universidade Federal Rural do Semi-Árido]. <https://repositorio.ufersa.edu.br/server/>
- [32]. Sukhwani, V., Alam, S. S., Jafari, S. M., & Rodrigues, V. S. (2020). Mapping the intellectual structure of sustainable entrepreneurship research: A co-citation analysis. *Journal of Cleaner Production*, 277, 123557.
- [33]. Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: Planejamento e métodos* (5ª ed.). Bookman.
- [34]. York, J. G., & Venkataraman, S. (2020). Toward a theory of sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 476–496.
- [35]. Yunus, M. (2022). A world of three zeros: The new economics of zero poverty, zero unemployment, and zero net carbon emissions. *PublicAffairs*.