

EMPREENDEDORISMO, ÉTICA E SUSTENTABILIDADE: DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO CENÁRIO ATUAL

Giseli Boiam Dall’Antonia¹.

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), Tupã, SP.

<http://lattes.cnpq.br/9255768848570857>

RESUMO: O trabalho a seguir aborda uma interseção entre empreendedorismo, sustentabilidade e a ética, com destaque nos empates desafiadores e nas oportunidades relevantes do contexto atual. O cenário mundial está marcado por intensas mudanças climáticas, desigualdades sociais e uma maior exigências por maior transparência, no qual o empreendedorismo emerge como um agente de transformação. A pesquisa tem como base o estudo bibliográfico de autores renomados no assunto e análise de casos empresariais que incorporam princípios éticos e sustentáveis. Os resultados apresentam que adotar práticas éticas contribui para a construção de confiança e reputação sólida no mercado, enquanto a sustentabilidade exige equilíbrio voltados aos aspectos socioambientais e econômicos. Há nesse contexto os desafios identificados como custos iniciais elevados, resistência cultural, dificuldades no acesso a financiamento e a competição com modelos tradicionais. No entanto, a inovação, o acesso a nichos consumidores conscientes, o fortalecimento da imagem da marca e o apoio institucional são fatores que impulsionam o empreendedorismo sustentável. Conclui-se que empreender com ética e sustentabilidade é uma necessidade estratégica e social, fundamental para garantir um futuro mais equilibrado e duradouro.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Ética. Sustentabilidade.

ENTREPRENEURSHIP, ETHICS, AND SUSTAINABILITY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE CURRENT SCENARIO

ABSTRACT: The following paper addresses an intersection between entrepreneurship, sustainability and ethics, highlighting the challenging challenges and relevant opportunities of the current context. The global scenario is marked by intense climate change, social inequalities and a greater demand for greater transparency, in which entrepreneurship emerges as an agent of transformation. The research is based on a bibliographic study of renowned authors on the subject and an analysis of business cases that incorporate ethical and sustainable principles. The results show that adopting ethical practices contributes to building trust and a solid reputation in the market, while sustainability requires a balance

between socio-environmental and economic aspects. In this context, challenges have been identified as high initial costs, cultural resistance, difficulties in accessing financing and competition with traditional models. However, innovation, access to conscious consumer niches, strengthening the brand image and institutional support are factors that drive sustainable entrepreneurship. It is concluded that undertaking with ethics and sustainability is a strategic and social necessity, fundamental to ensuring a more balanced and lasting future.

KEY-WORDS: Entrepreneurship. Ethics. Sustainability.

INTRODUÇÃO

Dornelas, 2020, define empreendedorismo como sendo a capacidade de idealizar, iniciar e gerir negócios inovadores, com a responsabilidade de assumir os riscos calculados com o foco de buscas em transformar ideias em oportunidades nos quais podem agregar valores aos negócios.

Ainda é possível perceber que no empreendedorismo da atualidade vai muito além de se criar negócios voltados apenas ao lucro. Relatos de George, Merrill e Schillebeeckx (2021), os empreendedores conscientes são aqueles que integram um propósito socioambiental à lógica do negócio, criando impacto positivo sem renunciar à viabilidade econômica. Diante disso, a sustentabilidade e ética não são mais diferenciais entre os empresários, mas por um pré-requisitos para a longevidade dos negócios e das empresas.

Conforme destaca Hahn, Pinkse e Preuss (2022), a ética no empreendedorismo deve ser integrada à tomada de decisões estratégicas e não somente como um “complemento” à gestão. O bom empreendedor é ético considera os efeitos de suas ações em escalas globais e locais, considerando papel na transformação socioambiental.

Existe um grande embate e debate relacionado a sustentabilidade e o empreendedorismo, pois, muitos ainda estão enraizados no sistema tradicional e ainda não aderiram o novo sistema de ética e socialmente responsável. No atual século XXI encontra-se a Agenda 2030, organizada pela Organização das Nações Unidas (ONU), no qual os países estão desenvolvendo estratégias para cumprirem o que estabelece as 17 (dezessete metas a serem cumpridas até 20230), denominadas Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), com foco na sustentabilidade, preservação e recuperação do meio ambiente. Empreender implica alinhar boas práticas empresariais relacionados aos (ODS), buscando não apenas o lucro, mas também a geração de impacto positivo economicamente socioambiental. Além disso, George, Schillebeeckx e Liakopoulos (2019) destacam que o empreendedorismo orientado pela sustentabilidade contribui para soluções que equilibram crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental, sendo um motor indispensável para a transformação necessária nas sociedades contém.

OBJETIVO

Discutir a articulação entre empreendedorismo, ética e sustentabilidade, identificando os desafios enfrentados e as oportunidades que surgem para empreendedores no contexto atual.

METODOLOGIA

O trabalho buscou o desenvolvimento por intermédio de revisões bibliográficas, com análises em estudos acadêmicos, artigos e relatórios recentes, além de examinar casos práticos de empresas que aplicam princípios éticos e sustentáveis na sua gestão empresarial, de negócios e da sustentabilidade em união com agenda 2030.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos ao longo do estudo indicam que a sustentabilidade no empreendedorismo requer uma perspectiva ampla, na qual o empreendedor avalia os efeitos de suas decisões nos âmbitos econômico, social e ambiental. Essa abordagem visa não apenas o crescimento financeiro, mas também o compromisso com o bem coletivo (Lozano, 2018; Baumgartner, 2020). No entanto, muitos empreendedores ainda enfrentam desafios internos em suas organizações, sobretudo aqueles que priorizam resultados imediatos em detrimento de práticas sustentáveis, tornando a transição para um modelo mais consciente algo complexo e dependente de uma mudança profunda de mentalidade (Schein, 2010; Brown, 2021). Superar essas barreiras requer mais do que ferramentas; demanda investimentos e uma reformulação estrutural e educacional que valorize a ética e a responsabilidade socioambiental (Lozano, 2018).

Outro obstáculo identificado está relacionado à dificuldade de acesso a financiamentos voltados para negócios sustentáveis. Embora promissores, muitos desses empreendimentos não conseguem apoio suficiente por conta da predominância de modelos tradicionais de avaliação financeira. Segundo Derdabi e Dvouletý (2025), investidores ainda tendem a priorizar métricas econômicas convencionais, sem conseguir mensurar de forma eficaz os impactos sociais e ambientais dos projetos. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2022) ressalta que pequenas e médias empresas com perfil sustentável enfrentam dificuldades para comprovar seu desempenho socioambiental, o que limita seu acesso a capital.

Além disso, os empreendedores voltados à sustentabilidade também lidam com a concorrência de modelos de negócio tradicionais, que geralmente ignoram questões éticas e ambientais. Tais empresas, ao operarem com menores custos, conseguem praticar preços mais baixos, o que gera desvantagens competitivas para negócios comprometidos com boas práticas (Smith & Chang, 2023).

Ainda assim, há um movimento crescente de empreendedores que investem em inovações voltadas à eficiência e à redução de impactos ambientais, o que pode contribuir para uma vantagem competitiva sustentável ao longo do tempo (Stubbs & Cocklin, 2020).

Esse posicionamento também se reflete no comportamento do consumidor: conforme estudo da Nielsen (2019), há uma tendência crescente de pessoas dispostas a rever seus hábitos de consumo em favor do meio ambiente. Esse cenário representa uma oportunidade promissora para negócios baseados em valores e propósitos sustentáveis.

Adotar princípios éticos e práticas socioambientais consistentes também fortalece a imagem institucional. De acordo com Du, Bhattacharya e Sen (2017), ações de responsabilidade social corporativa ajudam a construir reputações positivas, gerando maior fidelidade dos consumidores, recomendações espontâneas e valorização da marca no mercado. Com a crescente conscientização da população, observa-se um aumento no número de consumidores preocupados com questões ambientais e sociais, o que amplia o espaço para empreendimentos orientados por propósito (Nielsen, 2019; Accenture, 2021).

Paralelamente, observa-se um esforço de diferentes atores institucionais na criação de mecanismos de apoio a iniciativas sustentáveis. Órgãos públicos, organizações não governamentais e instituições internacionais vêm ampliando programas de incentivo e financiamento para projetos alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), como evidenciado no relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2020). No entanto, a implementação dessas práticas enfrenta dificuldades práticas, como os altos custos associados à adoção de tecnologias limpas, à obtenção de certificações e à reorganização de processos produtivos (Elkington, 1997). Tais desafios são especialmente relevantes para micro e pequenos empreendedores.

Outro fator limitante é a cultura organizacional predominante em muitas empresas, que ainda valoriza resultados financeiros imediatos, dificultando a incorporação de valores sustentáveis (Schein, 2010). Soma-se a isso a complexidade em medir retornos sociais e ambientais, o que gera insegurança nos investidores e acaba por restringir o apoio a iniciativas sustentáveis (Schaltegger, Hansen & Lüdeke-Freund, 2016).

No que diz respeito à conduta empresarial, a ética assume papel central. Empresas comprometidas com valores como integridade, transparência e respeito aos diversos públicos com os quais se relacionam constroem relações mais sólidas e duradouras. Kotler e Keller (2012), reforçam que essas práticas contribuem para a confiança do mercado e a reputação institucional. Já no campo da sustentabilidade, torna-se essencial uma abordagem integrada, que leve em conta os pilares econômico, social e ambiental nas decisões estratégicas (Nidumolu, Prahalad & Rangaswami, 2009).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sustentabilidade no mundo dos negócios envolve muito mais do que apenas implementar ações voltadas ao meio ambiente. Ela envolve uma reestruturação do modelo tradicional de negócios, exigindo uma transformação na mentalidade e nas ações das organizações. A integração dos aspectos econômico, social e ambiental demanda não apenas recursos financeiros e tecnológicos, mas também uma mudança cultural e educacional que fortaleça valores como ética, responsabilidade e compromisso com o futuro.

A tecnologia avança consideravelmente e com uma velocidade imensa, e o setor do empreendedorismo não fica aquém dessa aceleração. O foco excessivo em resultados financeiros de curto prazo, a resistência interna às mudanças e as dificuldades para obter financiamento para projetos sustentáveis são obstáculos que impactam especialmente pequenos empreendedores e startups, que enfrentam custos iniciais elevados e competem com empresas que adotam modelos menos sustentáveis.

Por isso, é essencial investir em formação ética e em estratégias de conscientização, especialmente diante do aumento do interesse dos consumidores por marcas socialmente responsáveis e dos incentivos promovidos por políticas públicas e instituições. Esse contexto favorece a criação de empreendimentos alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que não apenas promovem valor duradouro e reforçam sua competitividade no mercado, mas também colaboram para transformações sociais e ambientais positivas.

Assim, o empreendedorismo sustentável se mostra não apenas possível, mas também necessário para enfrentar os desafios atuais. No entanto, sua consolidação depende da colaboração entre setor público, iniciativa privada e sociedade civil, por meio de políticas inclusivas, mecanismos de financiamento adequados e uma cultura organizacional que reconheça a importância de equilibrar lucro, propósito e responsabilidade.

REFERÊNCIAS

ARMENAKIS, A. A.; BEDEIAN, A. G. Organizational change: A review of theory and research in the 21st century. **Journal of Management**, v. 46, n. 6, p. 1003–1034, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0149206320905242>. Acesso em: 14 maio 2025.

BROWN, Kerry. **Sustainability: An and business integrated approach**. London: Routledge, 2021.

DERDABI, Abdelilah; DVOULETÝ, Ondřej. Sustainable entrepreneurship financing: Challenges and perspectives for impact-driven ventures. **Journal of Cleaner Production**, v. 412, 2025.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em**

negócios. 7. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

ELKINGTON, John. **Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business**. Oxford: Capstone, 1997.

GEORGE, G.; MERRILL, R. K.; SCHILLEBEECKX, S. J. D. Digital sustainability and entrepreneurship: How digital innovations are helping tackle climate change and sustainable development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 45, n. 5, p. 999–1026, 2021.

HAHN, T.; PINKSE, J.; PREUSS, L. Managing tensions in corporate sustainability: Towards a process-oriented framework. **Journal of Business Ethics**, v. 179, p. 905–924, 2022.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LOZANO, Rodrigo. A holistic perspective on corporate sustainability drivers. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 22, n. 1, p. 32–44, 2015.

NIDUMOLU, Ram; PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why sustainability is now the key driver of innovation. **Harvard Business Review**, v. 87, n. 9, p. 56–64, 2009.

NIELSEN. **The evolution of the sustainability mindset**. 2019. Disponível em: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/evolution-of-the-sustainability-mindset/>. Acesso em: 14 maio 2025.

OCDE. Financing SMEs for sustainability. **Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico**, 2022. Disponível em: <https://www.oecd.org/en/publications/financing-smes-for-sustainability-19414952.htm>. Acesso em: 14 maio 2025.

PNUD. **Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 2020**. Disponível em: <https://www.undp.org/pt/brazil/agenda-2030>. Acesso em: 14 maio 2025.

SCHEIN, Edgar H. **Organizational culture and leadership**. 4. ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2010.

SCHALTEGGER, Stefan; HANSEN, Erik G.; LÜDEKE-FREUND, Florian. Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. **Organization & Environment**, v. 29, n. 1, p. 3–10, 2016.

SMITH, L.; CHANG, T. The cost dynamics of ethical vs. conventional business practices. **International Review of Business Ethics**, v. 9, n. 1, p. 78–95, 2023.

STUBBS, W.; COCKLIN, C. Conceptualizing a “sustainability business model”. **Organization & Environment**, v. 33, n. 1, p. 3–23, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1086026619836080>. Acesso em: 14 maio 2025.