

Empreendedorismo Sustentável como ferramenta estratégica: estudo de caso em indústria de papel e celulose (Suzano S.A. - Três Lagoas)

Autores

Nathália Batista FERRARI – Graduada em Engenharia de Produção –
nathaliaferrari31@hotmail.com

Álvaro Freitas FAUSTINO-DIAS – Doutorando em Administração pela UFMS/ESAN.
Professor na UFMS/CPTL. alvaro.dias@ufms.br

RESUMO

O empreendedorismo sustentável é uma ferramenta que permite as organizações implementarem estratégias voltadas para os gargalos da sociedade, como questões sociais e ambientais, ultrapassando a dimensão financeira. Além disso, a gestão sustentável dentro das organizações tem ampliado os objetivos organizacionais, bem como a necessidade de um conjunto de elementos relacionados ao meio ambiente, responsabilidade social e as demandas da sociedade. Assim, a presente pesquisa objetivou investigar como os gestores de uma indústria de papel e celulose, entendem e utilizam o empreendedorismo sustentável como ferramenta estratégica, por meio de entrevistas semiestruturadas. Para a análise dos dados coletados, foi utilizada a técnica da análise de conteúdo. A partir da análise, foi possível observar que a partir da utilização da ferramenta, a Suzano SA conseguiu reduzir gastos desnecessários, alterar seus processos de descarte de resíduo, além de alcançar maior visibilidade para a indústria, gerando lucros acima das expectativas. No geral, os resultados apresentados sugerem que a Suzano SA tem desenvolvido grandes esforços para serem referência, não apenas na produção de papel e celulose, mas como uma empresa ecologicamente correta e com objetivos sustentáveis ao longo dos anos.

Palavras-chave: Competitividade; Empreendedorismo; Gestão Ambiental; Sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

De acordo com Dornelas (2016) os empreendedores são os grandes impulsionadores da economia, são aqueles que tem a grande capacidade de criar, inovar, mudar o caminho da economia e ver o futuro antes mesmo dele chegar.

Acerca disso, o empreendedorismo sustentável nada mais é que a capacidade de produzir sem degradar o meio ambiente, mas com um segundo objetivo que é visar constantemente o lucro da empresa. Luís Gustavo cita ao site Braskem (2018) que empresas mais sustentáveis são mais bem avaliadas pelo consumidor. Desse modo, é uma estratégia de negócio, uma forma da empresa se manter em pé e dar lucro, ou seja, uma questão de sobrevivência. No Brasil, 47% dos consumidores procuram selos de certificação sustentável quando compram bebidas [...] e 81% deles consideram muito relevante a presença destes selos na embalagem como sinal de que o produto comercializado utiliza matéria-prima de fonte renovável (BRASKEM, 2018).

Borges *et al.* (2007) evidencia que o raciocínio do empreendedorismo sustentável amplia o foco de ação das organizações no sentido de que o empreendedor não volta seus objetivos apenas para o lucro, mas também para a busca do equilíbrio entre três dimensões: a econômica, a social e a ambiental, que, constituem o *triple bottom line*.

É indiscutível que o empreendedorismo sustentável, é de suma importância para o futuro. Cohen e Winn (2007) apontam que no empreendedorismo, a integração entre as áreas ambiental, econômica e social são frequentemente negligenciadas, gerando dificuldades na delimitação do tema e em seus conceitos, além de lacunas de pesquisa na literatura, assim, percebe-se o grande déficit relacionado a essa área.

A fim de obter melhores resultados, a responsabilidade de analisar o ambiente envolvido, interno ou externo, por meio da criação e viabilização de estratégias associadas com o *triple bottom line* e com o capital humano passa a ser do gestor, sendo os funcionários e/ou clientes *stakeholders* de maior importância para a organização. Desta forma, os consumidores poderão auxiliar na criação destas metas, mesmo que indiretamente através de *feedbacks* correlacionados com as experiências que obtiveram, com isso, pertence ao gestor o compromisso de explorar e abstrair o melhor.

Borges *et al.* (2011) afirmam que a partir desses movimentos mundiais (palestras, protestos/greves e outros), toma corpo a discussão sobre a necessidade de mudança das organizações. Temas como gestão ambiental e responsabilidade social empresarial passam a ocupar de forma crescente a agenda dos administradores. As empresas em geral, começaram a se preocupar com o meio ambiente recentemente, quando foi verificado a gravidade do impacto de algumas ações, juntamente com intervenções dos consumidores. Somente a partir deste momento passaram a aferir todos os processos, visando melhorá-los.

Consequentemente, o empreendedorismo sustentável não se refere apenas a questões ligadas ao meio ambiente. Nesse sentido, é de extrema importância analisar o capital humano daqueles dispostos a melhorar juntamente com a empresa em questão, sendo o treinamento de colaboradores essencial para que se possa obter um local de convívio agradável, conforme descrito pelo site Exame (2018) [...] “a educação ambiental precisa ser discutida com os colaboradores para que eles entendam que as possíveis medidas a serem adotadas não se tratam apenas de novas regras ou normas, mas de uma demonstração de responsabilidade socioambiental”.

Tendo em vista a importância do empreendedorismo sustentável para que organizações se mantenham no mercado altamente competitivo, bem como os possíveis resultados frente aos consumidores, a presente pesquisa tem como objetivo investigar como gestores de uma

indústria de papel e celulose, entendem e utilizam o empreendedorismo sustentável como ferramenta estratégica, por meio de entrevistas semiestruturadas.

2. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo na visão de Landström, Harirchi, Aström (2012), se trata provavelmente de uma função antiga como o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade, mas, no entanto, este conceito não era discutido. Somente a partir da evolução dos mercados econômicos, os cientistas se interessaram pelo fenômeno, a primeira vez que o termo empreendedor fora utilizado, veio diretamente dos franceses para distinguir o responsável por “administrar”, daquele que fornecia o dinheiro, o capitalista.

Com isso, Murphy, Liao e Welsch (2006) destacam que a atividade empreendedora se expandiu ao longo dos séculos XVI e XVII com o conhecimento experimental e, portanto, epistemológico ou baseado nas habilidades, tornando-se cada vez mais instrumentais para corrigir as ineficiências ou fornece novas soluções, bens e serviços. Naquela época, não se sabia a grandeza da utilização desta estratégia, assim o empreendedor era meramente uma pessoa que administrava os negócios de um feitio diferente.

Contudo, anos depois surgem novos conceitos, e finalmente foi possível compreender e correlacionar a forma que o empreendedor se porta diante as decisões tomadas em seus negócios. Julien (2010) aponta que para que se possa ter uma compreensão adequada do termo, é necessário recorrer a outras disciplinas, não sendo possível restringir-se ao empirismo ingênuo de estudos que se limitam a fazer ligações entre algumas variáveis puramente econômicas, assim o Quadro 1 explica resumidamente como ele atua em determinadas áreas.

Quadro 1: Tipos de abordagens do empreendedorismo

ABORDAGEM ÁREA	EMPREENDEDOR	A EMPRESA	O AMBIENTE
ANTRÓPOLOGICA E PSICOLÓGICA	Refere-se as características: cultura, educação, origens.	Pessoal e centralizada.	Não considerada ou tem caráter pessoal.
SOCIAL	O criador da empresa/organização.	Associada a outras e a sociedade (grande importância).	Geração de serviços e/ou produtos.
ECONÔMICA	É uma parte econômica.	Tende a responder as necessidades do mercado.	Ciclos econômicos que variam de médio a longo prazo.
GEOGRÁFICA	Tem papel importante, mas não é o único.	Diversificado ou não.	Forte relevância com o meio envolvido.

Fonte: Adaptado de Julien (2010, pag. 26).

Ocasionalmente, após todas essas descobertas, surge então em meados de 1972, na primeira conferência das Nações Unidas (ONU), o termo Empreendedorismo Sustentável. A

reunião com foco ambiental, tinha a esperança de conseguir conciliar o desenvolvimento das indústrias visando a proteção do ambiente, ou seja, a criação de uma harmonia para que assim nada fosse prejudicado. Após alguns anos, o diretor Marcos Neto do Centro Internacional de Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), explica que a partir de nossa fundação, reconhecemos o valor do empreendedorismo como força condutora do crescimento do setor privado. Em 1998, o PNUD estabeleceu parceria com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento para lançar o EMPRETEC, um programa integrado de construção de capacidades que ajuda empreendedores promissores a estabelecerem pequenos e médios negócios inovadores e internacionalmente competitivos [...]; O PNUD tem um compromisso duradouro de unir crescimento econômico com sustentabilidade ambiental. Cohen & Winn (2007) definem que o empreendedorismo sustentável é um campo de estudo que busca entender como oportunidades de desenvolver futuros bens e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com quais consequências econômicas, sociais, psicológicas e ambientais, uma vez que acreditam que os benefícios sociais decorrem de iniciativas ambientais.

Cohen, Smith e Mitchell (2006) propõem uma definição do conceito em função das motivações do empreendedor, vendo o empreendedorismo sustentável como aquele em que ocorre a busca por lucros a partir da criação de valor econômico, social e ambiental. Zahra (2008) acrescenta que os empreendedores têm diversas opções de capitalizar as oportunidades sociais com os atributos apresentados. Da mesma forma, as oportunidades para negócios sustentáveis refletem a criação de valor social por meio da geração de valor econômico. Desse modo, se torna uma estratégia que visa principalmente a proteção ambiental juntamente com a busca ininterrupta pelo lucro, e claramente funciona, já que [...] 74% dos entrevistados afirmaram que preferem comprar produtos e serviços de empresas sustentáveis. 46% desses, inclusive, estão dispostos a pagar mais por esses produtos, saber quais causas são as mais importantes para os consumidores com preocupações sociais pode ajudar as marcas a priorizarem seus investimentos de cunho social, esclarece Claudio Czarnobai, analista de mercado da Nielsen.

É imperativo ressaltar, que o empreendedorismo é o motor que dinamiza e põe em marcha a economia e o sistema capitalista, a partir da criação de novos processos e produtos, criando empregos, introduzindo inovações e estimulando o crescimento econômico, passa a ser o ponto chave para se fortalecer o sistema econômico. Já o empreendedor é o agente que transforma e dinamiza a ordem econômica, quer seja a partir de novos produtos ou serviços, ou, devido à criação de novas oportunidades (SCHUMPETER, 1982).

No que tange o empreendedorismo sustentável, para que este possa ser aplicado com total sucesso na empresa é necessário alinhar alguns componentes, como o *triple bottom line*, surge então a partir de alguns autores as seguintes dimensões que ajudam na compreensão e elaboração de metas para alcançar o objetivo em comum. Borges *et al.* (2011) acreditam que o empreendedorismo sustentável está ligado a duas vertentes do empreendedorismo que são o empreendedorismo social e empreendedorismo ambiental. Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010) defendem como: empreendedorismo econômico que consiste na visão clássica do empreendedorismo, onde o principal objetivo é a geração de lucros. Para os autores, a sustentabilidade nessa dimensão do empreendedorismo está em manter a sobrevivência da organização; já o empreendedorismo social consiste no bem-estar dos indivíduos da sociedade. Sendo assim, os empreendedores buscam agregar novos valores sociais e culturais; e por último

o empreendedorismo ecológico, baseado nas questões ambientais da sociedade, por meio de estratégias proativas.

Em virtude dos fatos mencionados, percebe-se que apesar de se tratar de um tema recente, é de extrema importância para o futuro das empresas, já que assim garante uma criação de valor altíssima pra marca, pois os consumidores terão preferência ao observar o selo de sustentabilidade nos produtos, com isso, os gerentes tem o êxito de ver aquilo que almejavam se tornar um grande sucesso. Além disso, o empreendedor sustentável tem como propósito conciliar as questões ambientais, sociais e culturais com a visão, missão e valores da empresa, tendo o compromisso de tomar todas as ações que forem favoráveis para o bem estar de todos aqueles envolvidos no projeto.

2.2 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Alday (2000) define estratégia como um processo contínuo e interativo que visa manter uma organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente, Boszczowski e Teixeira (2012) apontam que as oportunidades de estratégias de negócios sustentáveis são aquelas que proporcionam as organizações a suprir falhas de mercado ambientalmente relevantes, aumentando o bem-estar e desenvolvimento sustentável da sociedade, logo o empreendedorismo sustentável é uma ferramenta de suma importância nas empresas para criar um relacionamento interpessoal entre os envolvidos em projetos.

O empreendedorismo sustentável é uma ferramenta que permite as organizações implementarem estratégias voltadas para os gargalos da sociedade, como questões sociais e ambientais, ultrapassando a dimensão financeira. Ressalta-se que a gestão sustentável dentro das organizações tem ampliado os objetivos organizacionais, bem como a necessidade de um conjunto de elementos relacionados ao meio ambiente, responsabilidade social e as demandas da sociedade (DALMORO, 2009).

Sendo assim, o empreendedor Daniel Pinto (2019) cita três fatores principais que auxiliam na elaboração dessa estratégia, desse modo se dispõe:

- A qualidade de vida dos funcionários: dispondo de cursos, por meio da criação de uma cultura colaborativa onde visa o crescimento de todos, de modo que possam apresentar suas ideias e inovações, desenvolvendo o fator de maior participação nas decisões para atingir metas;
- A aquisição de novos equipamentos: quando o maquinário é antigo, tende a se ter um prejuízo maior, já que requer manutenções constantes e com maior propensão a falhar, com o equipamento novo há opção de escolher aqueles que sejam mais eficazes para o processo produtivo da organização;
- Processos que sejam ecologicamente corretos e a Conscientização de todos: esclarecer aos funcionários que cuidar do meio ambiente é de grande importância, afim de que eles possam aproveitar todos os recursos disponibilizados pela empresa com consciência, pode reduzir o desperdício de água e energia.

Grande parte do problema está nas empresas em si, que continuam presas a uma abordagem à geração de valor surgida nas últimas décadas e já ultrapassada. Em suma, estas empresas continuam a ver a geração de valor de forma tacanha, otimizando o desempenho

financeiro de curto prazo numa bolha e, ao mesmo tempo, ignorando as necessidades mais importantes do cliente e as influências maiores que determinam seu sucesso a longo prazo. (PORTER; KRAMER, 2011).

Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia nem mesmo sustentabilidade, mas uma nova forma de obter sucesso econômico. Não é algo na periferia daquilo que a empresa faz, mas o centro. E, a nosso ver, pode desencadear a próxima grande transformação no pensamento administrativo. (PORTER; KRAMER, 2011). Assim, percebe-se que não somente relaciona a sustentabilidade, como abrange todo o meio da empresa, bem como os consumidores. Quando se utiliza desse fator, a diferença é notável no fim, com lucros que sobem exorbitantemente.

De modo geral, é possível observar que o empreendedorismo sustentável tem um bom resultado como estratégia competitiva, quando aplicado de forma correta. É imperativo ressaltar que os gestores que souberem operar esta ferramenta mesmo com o mercado instável, tem tudo para obter grandes resultados, assegurando uma imagem socioambiental de grande valor para a organização, além de agregar vantagem diante aos concorrentes.

3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

A presente pesquisa teve como objetivo investigar como os gestores entendem e utilizam o empreendedorismo sustentável como ferramenta estratégica, assim a utilização de alguns métodos foi imprescindível, tais como: estudo de caso, pesquisa bibliográfica e análise qualitativa.

De acordo com Yin (2001) o método de estudo de caso é uma estratégia de pesquisa quando é necessário responder questões do tipo “como” ou “porque”, ou quando o investigador não tem muito controle sobre os eventos ou quando a pesquisa é focalizada em acontecimentos contemporâneos pertencentes a algum contexto da vida real. Sendo de fundamental importância, já que a empresa de papel e celulose Suzano S/A foi a analisada, assim pode-se assimilar como esta estratégia funciona na prática.

Outro fator de relevância para este estudo, foi a pesquisa bibliográfica, pois é necessário entender as origens para que se possa entender a funcionalidade. Chiara *et al* (2008) afirmam que a pesquisa bibliográfica é então, feita com o intuito de levantar um conhecimento disponível sobre teorias, a fim de analisar, produzir ou explicar um objeto sendo investigado. Desse modo, a pesquisa bibliográfica visa analisar as principais teorias de um tema, e pode ser realizada com diferentes finalidades.

De acordo com Minayo (2013) pode-se definir: o método qualitativo de pesquisa é aqui entendido como aquele que se ocupa do nível subjetivo e relacional da realidade social e é tratado por meio da história, do universo, dos significados, dos motivos, das crenças, dos valores e das atitudes dos atores sociais. Para completar essa linha de pensamento, os outros do Denzin e Lincoln (2006) afirmam que, a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem.

3.1 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Dado o exposto, o melhor jeito de se coletar os dados necessários, foi a partir de uma *survey*. A pesquisa *survey* pode ser descrita como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa (KRAEMER, 1993).

A entrevista foi realizada com a gestora responsável pelo setor de sustentabilidade de uma das filiais da empresa em questão, com o fim de obter as informações mais importantes e assim gerar o conhecimento necessário para esta pesquisa. Convém lembrar que, a entrevista teve duração aproximada de 40 minutos e continha questões abertas e fechadas (respostas de “sim” ou “não”), para que assim pudesse ser respondido da forma mais detalhada possível, para que nenhuma informação fosse perdida e assim eventualmente complicasse o entendimento deste artigo. Após a realização da entrevista, foi realizada a transcrição da mesma para que fossem realizadas as análises necessárias.

É imperativo ressaltar que a pesquisa *survey* foi a forma de se questionar para que assim, fosse possível entender todos os conceitos da indústria, como se comunicam e utilizam do empreendedorismo sustentável para alavanca-los, portanto foi o método que mais se adequou as necessidades deste artigo, que tem como objetivo ajudar na compreensão dessa estratégia de forma simples.

3.2 MÉTODO DE ANÁLISE DE DADOS

A análise tem como objetivo organizar e sumariar os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos (GIL, 1999, p. 168).

A análise de conteúdo foi a utilizada para poder compreender todos as informações obtidas, conforme Bardin (1977, p.42) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo, sejam indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. Assim, é importante que o autor pense e entenda como se fosse um leitor comum, que não tem muito conhecimentos de termos técnicos e repasse todos esses dados de forma descomplicada para que a compreensão seja acessível a todos.

Com base nos dados acima, é possível fazer um cronograma para que nenhum dado seja perdido, então: i) Preparar as informações obtidas – questionário; ii) Transformar este conteúdo - obter os pontos mais importantes; iii) Classificar em tópicos; iv) Descrever cada um deles; v) Interpretar. É imperativo ressaltar que a presente pesquisa fez uso apenas de algumas técnicas utilizadas na análise de conteúdo, tenho como maior preocupação, extrair informações relevantes sobre o funcionamento da empresa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Suzano Papel e Celulose é uma empresa brasileira de papel e celulose com mais de noventa anos de mercado, que a partir da sua fusão com a antiga Fibria Papel e Celulose, se tornou a maior produtora global de celulose de eucalipto e consequentemente uma das 10 maiores do mercado, sendo inclusive a líder mundial no mercado de papel, contendo cerca de 60 marcas em quatro linhas diferentes, sendo: cutsizes, revestidos, não revestidos e papel-cartão, de acordo com o site da empresa.

Com tanta representatividade e importância, a Suzano não deixa a desejar e investe fortemente no quesito sustentabilidade, com projetos que visam desde a preservação de matas nativas, a reutilização/redução de resíduos, e também nas pessoas incentivando para que eles atingiam seus objetivos pessoais e/ou profissionais, dando todo o apoio e estrutura que necessitam, além de sempre conscientizar sobre o meio ambiente. Sobre isso Walter Schalka (2019), presidente da Suzano S/A, afirma: “Para natureza de nosso negócio, os desafios relacionados à água, à energia e às mudanças climáticas serão algumas de nossas bandeiras na dimensão ambiental. No social, vamos trabalhar em programas de desenvolvimento territorial associados à educação e à geração de renda, em nossas mãos, está a condição perfeita para avançarmos na busca por soluções para uma economia de baixo carbono, respondendo aos anseios da sociedade por produções sustentáveis e produtos renováveis”.

Vale ressaltar que a empresa, mantém uma ONG sem fundos lucrativos desde 1999, que visa a integração de pessoas, livros e natureza, o Instituto Eco futuro acredita que com isso se pode mudar o mundo, conservando o meio ambiente e levando o conhecimento para as pessoas através das mais de 100 bibliotecas espalhadas pelo Brasil, e que assim conseguem discernir a informação a mais de 600 mil pessoas por ano, uma belíssima atitude.

Portanto, agora que a empresa foi apresentada, será repassada algumas das atitudes mais importantes para a sustentabilidade ser algo forte na empresa. Para que todos tenham a conscientização geral sobre como proteger e ajudar na sustentabilidade seja ela dentro do escritório, como no campo, a empresa utiliza como meios diversas palestras, cursos (online ou presencial), a disponibilidade de livros, revistas e afins, assim como a formação de parcerias, associações com outras empresas do ramo ou não, projetos e afins.

O impacto que a matéria prima causa no ambiente, é praticamente nulo, pois as madeiras de eucalipto utilizadas são certificadas FSC/PEFC (são referenciais normativos de reconhecimento internacional para promover uma gestão responsável, salvaguardando as funções econômicas, ambientais e sociais das áreas florestais.), uma das melhores diretrizes socioambientais globais para a silvicultura.

No Quadro 2 é possível analisar os resultados obtidos das ações que são mais importantes para a empresa, com metas a longo prazo, ou que já foram implantadas.

Quadro 2: Ações sustentáveis mais importantes para a empresa

AÇÃO	METAS/RESULTADOS
Baixo consumo de energia	Conseguem gerar a própria energia renovável a partir das caldeiras, com uma meta a longo prazo (MLP) de aumentar este excedente em 50% até 2030.

Redução do desperdício de água	A gestão foca em reduzir a capacitação e aumentar a recirculação dos recursos hídricos; a também uma MLP até 2030 de diminuição da captação, e análise dos impactos nas bacias hidrográficas.
Redução dos produtos químicos	Sempre que possível, reduzem ao máximo a carga química.
Tratamentos dos resíduos	Alguns resíduos são reutilizados para a geração de novos materiais, já o dregs e grits são utilizados como corretivo de solo nas áreas de silvicultura.
Conscientização	Workshops para engajar os colaboradores, parcerias com fornecedores, e a de maior ênfase que são as parcerias com a comunidade.
Redução do carbono	Para a redução de até 40 milhões de toneladas de carbono na atmosfera, sendo uma MLP até 2030. Sendo assim, mais <i>climate positive</i> .

Fonte: Dados da pesquisa.

Shalka (2019), afirma que a empresa tem consciência do tamanho de sua responsabilidade a partir da liderança que exercem no mercado e por este motivo querem ser agentes transformadores e não meros espectadores.

É imperativo ressaltar que na Suzano, há o entendimento que a sustentabilidade é uma parte integral da estratégia da empresa, e que ao contribuir com soluções inteligentes e inovadoras para os problemas/desafios que surgem diariamente na sociedade, se tornam assim uma empresa resiliente e competitiva. Nesse sentido, quando se fala em empreendedorismo sustentável ou sustentabilidade corporativa, logo se pensa na empresa, devido à forma de se integrar na sociedade com condutas sensatas.

Ainda que a empresa tenha alcançado resultados significativos como mostrado no Quadro 3, a empresa segue desenvolvendo ações que possam melhorar a qualidade de vida dos colaboradores, mas principalmente, que contribua com o cuidado do meio ambiente. Nesse sentido, a gestora entrevistada afirma que todas as ações são organizadas e incentivadas por todos os níveis da empresa, sendo o nível corporativo o responsável por dar exemplo para os demais.

Quadro 3: Resultados obtidos no ano de 2019

LOCAL	RESULTADOS
Plantio	- 110 torres de observação para localizar focos de incêndio; - Proteção florestal com inimigos naturais das pragas, redução de R\$ 20 milhões dos custos de silvicultura e defensivos agrícolas; - Cerca de 900 mil hectares estão destinados como área de conservação.
Tecnologia e Inovação	- Digitalização dos processos dentro e fora da indústria; - 24 linhas de pesquisa em andamentos; - 413 patentes ou em pedido de patente; - 5 centros de pesquisa.

Industria	- Redução dos resíduos sólidos – redução do envio para aterros são reutilizados dentro da fábrica para novos produtos ou corretivos de solo; - Aumento da reciclagem; - 167,2 MWm é a quantidade de energia exportada em média.
Produtos	- Maior produtor de celulose de eucalipto do mundo, com amplo portfólio; - Primeira a ter celulose de eucalipto tipo <i>fluff</i> do mundo, com aplicações em itens de higiene; - Bens de consumo: líder de mercado no Norte e Nordeste; Maior contribuição para o crescimento do mercado de folha dupla, cerca de 48%. - Melhor ano da história do segmento; - Lançamento do <i>Bluecup Bio</i>: uma solução biodegradável, comportável e reciclável; - Lançamento do <i>Loop</i>: um papel para a produção alternativa de canudos.
Logística	- Lançamento do <i>Hexatrem</i>: primeira carreta do mundo contendo seis semirreboques para transportar madeira em maior quantidade, além de reduzir custos e as emissões de CO₂. - Construção de terminais portuários, para redução de emissão de gases.
Comunidade	- Programa de Desenvolvimento Rural Territorial (PDRT): 3.931 famílias atendidas em mais de 30 municípios. - Colmeias: mais de 1.000 apicultores atendidos e 296 toneladas de mel produzidas nas áreas da Suzano. - Extrativismo Sustentável: com produtos advindos, principalmente, do coco babaçu e do açaí, o programa beneficiou 277 famílias de oito comunidades, gerando uma receita de quase R\$ 2,8 milhões. - Rede Responsável: 198 fontes de financiamento, sendo que 46 novos parceiros foram incluídos e R\$ 26 milhões de recursos foram arrecadados. - Sustentabilidade Territorial: iniciativas em agroecologia, meliponicultura, artesanato e educação com 3 mil famílias de aldeias indígenas.

Fonte: Adaptado do Infográfico Suzano, 2019.

A redução no consumo de copos descartáveis e a utilização de *squeezes*, por exemplo, é uma das primeiras ações implementadas que tem obtido cada vez mais sucesso. Além disso, o home office, a utilização do transporte público-privado (transporte corporativo responsável pelo transporte dos colaboradores, não havendo necessidade de automóvel próprio), ausência de desperdícios de materiais, seja de escritório ou outro.

Outro ponto importante observado, é que nas reuniões os gestores fomentam pautas que visem transformar a empresa e o impacto socioambiental. Vale destacar que a Suzano é removedora de carbono na atmosfera, e assim deve elaborar estratégias para diminuir as emissões e aumentar as remoções. Logo, todas essas condutas são formas de se atuar nas metas de longo prazo.

Por fim, a gestora da empresa disse um pouco sobre o *marketing* verde, e revelou a dificuldade dessa ferramenta, uma vez que também depende da conscientização da certificação pelo consumidor final, e a validação é associada juntamente com as práticas sustentáveis. Assim, na visão geral, o âmbito da silvicultura conta com a FSC e PEFC, ganhando destaque significativo garantindo os aspectos socioambientais que a empresa trabalha.

Portanto, a empresa Suzano é uma das melhores no aspecto ambiental, certificando-se de não causar impactos negativos nas áreas cultivadas, e incentivando toda a comunidade a partir de projetos socioambientais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, esta pesquisa teve como âmbito explicar a funcionalidade e as vantagens de se utilizar o empreendedorismo sustentável como uma estratégia dentro da empresa, assim visando sempre conciliar os funcionários com o meio ambiente da maneira mais viável possível.

O empreendedorismo sustentável como foi descrito ao longo desta pesquisa, é de suma importância para as empresas, pois além de trazer uma redução de gastos desnecessários, e o descarte errado das aparas ou outros, traz grandes vantagens como uma maior visibilidade para a indústria, além de gerar lucros acima da expectativa. Foi possível observar que no geral, a Susano SA tem desenvolvido grandes esforços para serem referência, não apenas na produção de papel e celulose, mas como uma empresa ecologicamente correta e com objetivos sustentáveis ao longo dos anos.

Convém lembrar ainda que, esta estratégia não é muito conhecida até o presente momento, então são poucos os artigos que explicam como ela funciona e suas funções. Nesse sentido, a presente pesquisa pode contribuir para o enriquecimento das discussões propostas relacionadas à temática, bem como apresentar resultados importantes no que tange sua utilização.

Além disso, os resultados apresentados neste artigo podem servir como direcionamento para que outras indústrias, de outros ramos de atividades, aumentem suas ações sustentáveis, visando engrandecer a utilização do intraempreendedorismo (empreendedorismo corporativo) dentro da organização, principalmente ao se tratar do intraempreendedorismo sustentável.

É imperativo ressaltar que a temática em questão, empreendedorismo sustentável, tem se tornado cada vez mais presente no dia-a-dia das empresas, seja por desejos próprios, seja pela necessidade de alcançar bons resultados de vendas junto aos clientes. Nesse sentido, se faz necessário que novas pesquisas sejam realizadas, principalmente para avaliar como o cliente percebe os estímulos que a empresa lança sobre ele, por meio do empreendedorismo sustentável.

REFERÊNCIAS

AUGUSTO, C.A. *Et al.* Pesquisa qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da SOBER (2007-2011). **Revista de Economia e Sociologia Rural**. v. 51, n. 4, p. 745-764, 2013.

BORGES, C. *Et al.* Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. **Revista Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. v. 2, n. 1, p. 77-100, 2013.

BORGES, C. *et al.* **Empreendedorismo Sustentável**. Editora Saraiva: São Paulo. 1º ed., 2014.

BRASIL, S.A.; NOGUEIRA, C.R. Empreendedorismo Sustentável: estudo de caso sobre o processo de criação de um empreendimento sustentável. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 5, n. 5, p. 172- 196, 2016.

BRASKEM, 2018. **Empreendedorismo sustentável é ótimo negócio para o bolso e o planeta.** Disponível em: <<https://bluevisionbraskem.com/inteligencia/empreendedorismo-sustentavel-e-otimo-negocio-para-o-bolso-e-o-planeta/>>. Acesso em: 27/01/2020.

CARVALHO, T.B.; LIMA, M.M.L. Empreendedorismo sustentável: estudo de caso na associação comunitária do sítio mocotó na cidade de Várzea Alegre-ce. **Revista multidisciplinar e de psicologia**. v. 12, n. 42, p. 875, 893, 2018.

CAVALVANTI, M.C.S.; TEIXEIRA, R.T. Empreendedorismo sustentável a as dimensões de schlange: um estudo multicasos em pequenas empresas sergipanas. In: VI Encontro de Estudos em Estratégia. **Anais ...** Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul, 2013.

EXAME, 2018. **EMPREENDEADORISMO SUSTENTÁVEL: NO QUE CONSISTE ESSA IDEIA?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/empreendedorismo-sustentavel-no-que-consiste-essa-ideia/>>. Acesso em: 28/01/2020.
<https://hbrbr.uol.com.br/criacao-de-valor-compartilhado/>. Acesso em: 15/03/2020.

MENDES, R. M; MISKULIN, R.G.S. A análise de conteúdo como uma metodologia. **Cadernos de pesquisa**. v. 47, n. 165, p. 1044-1066, 2017.

MESQUITA, E.P. **As características do empreendedor nacional:** o perfil comportamental de sucesso. 2016. Dissertação. (Mestrado em Executivo em Gestão Empresarial) - Escola de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

NETO, M. **Um legado de engajamento do setor privado para o desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/artigo-um-legado-de-engajamento-do-setor-privado-para-o-desenvolvimento-sustentavel/>>. Acesso em: 11/03/2020.

PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. L. Survey Research in Management Information Systems: an Assessement. **Journal of MIS**, v. 10, n. 2, p. 75-105, 1993.

PINTO, M. **Empreendedorismo sustentável: confira 4 dicas para colocá-lo em prática.** Disponível em: <<https://guiaempreendedor.com/empreendedorismo-sustentavel-4-dicas-pratica/>>. Acesso em: 15/03/2020.

PORTER, M. E; KRAMER, M.R. **Criação de valor compartilhado, 2011.**

SILVA, L.F.S da; VERGA, E. **EMPREENDEADORISMO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA, DEFINIÇÕES E ABORDAGENS.** Disponível em: <<http://egepe.org.br/anais/tema05/186.pdf>>. Acesso: 10/02/2020.

SUZANO. **Relatório 2018.** Disponível em: https://www.suzano.com.br/wp-content/uploads/2020/01/RA_Suzano_2018_v16_2s.pdf. Acesso em: 20/03/2020.

VIANA, G.; LIMA, J. F.; RIPPEL, R.; HOEFLICH, V. A. O Capital Social e o Empreendedorismo: Notas de Leituras. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 14, n. 2, p. 122-141, 2016.