

MODELOS DE NEGÓCIOS CIRCULARES: ANÁLISE DA ABORDAGEM QUALITATIVA DAS PUBLICAÇÕES DE 2009 A 2019

Dulcimar José Julkovski, Doutorando – UNOESC Chapecó/SC

professordulcimar@gmail.com

Simone Sehnem, Professora – UNOESC Chapecó/SC

simone.sehnem@unoesc.edu.br

Carla Fabiana Cazella, Doutoranda – UNOESC Chapecó/SC

carla.cazella@unoesc.edu.br

Andreza Piekas, Doutoranda – UNOESC Chapecó/SC

andrezapiekas@gmail.com

Resumo

Este artigo aborda a pesquisa científica referente a utilização do método de pesquisas qualitativas sobre os modelos de negócios circulares compreendendo o período de 2009 a setembro de 2019. Modelos de negócios circulares têm suas características e as organizações podem utilizá-los separadamente ou em combinação. Esse estudo qualitativo com revisão sistemática de literatura objetiva analisar os Modelos de Negócios Circulares enfocando a abordagem qualitativa das publicações procurando responder duas questões: Quais são os modelos de negócios circulares e como são operacionalizados na ótica dos estudos qualitativos analisados? Quais são as barreiras para a implantação de modelos de negócios circulares abordados nos estudos qualitativos analisados?

The Os resultados da pesquisa mostram que a abordagem qualitativa no campo dos modelos de negócios circulares está presente nos trabalhos e mostra que essa abordagem vem sendo utilizada como forma de investigar assuntos relacionados aos Modelos de Negócios Circulares, sendo que o método estudo de caso predomina nos trabalhos. Observou-se como lacunas no estudo e servem como sugestões para pesquisas futuras, compreender a dinâmica da inovação para novos Modelos de Negócios Circulares. Inovar nesses novos modelos, onde as firmas ainda buscam maneiras para iniciar as mudanças e transformações necessárias para a busca da sustentabilidade, torna-se um parâmetro para novos ensaios que podem utilizar o direcionamento qualitativo como abordagem de pesquisa para a busca dessas respostas bem como a gestão desses modelos e o processo de mudança organizacional que implicará nas firmas.

Palavras-chave: Modelo de Negócio Circular; Abordagem Qualitativa; Sustentabilidade.

Abstract

This paper addresses scientific research on the use of the qualitative research method for circular business models covering the period from 2009 to September 2019. Circular business models have their characteristics and organizations can use them separately or in combination. This qualitative study with systematic literature review aims to analyze the Circular Business Models focusing on the qualitative approach of publications seeking to answer two questions: What are the circular business models and how are they operationalized from the perspective of the qualitative studies analyzed? What are the barriers to the implementation of circular business models addressed in the qualitative studies analyzed? The research results show that the qualitative approach in the field of circular business models is present in the works and shows that this approach has been used as a way to investigate issues related to the Circular Business Models, and the case study method predominates in the works. It was observed as shortcomings in the study and serve as suggestions for future

research, to understand the dynamics of innovation for new Circular Business Models. Innovating in these new models, where firms are still looking for ways to initiate the changes and transformations needed to pursue sustainability, becomes a yardstick for new essays that can use qualitative guidance as a research approach to these responses as well as management of these models and the process of organizational change that will entail firms.

Keywords: Circular Business Model; Qualitative Approach; Sustainability.

1 Introdução

Embora a abordagem qualitativa não seja central em vários campos de estudo dos fenômenos humanos e sociais, essa abordagem de investigação vem se instalando nas ciências sociais. De acordo com Godoy (1995) e Yin (2015) na pesquisa qualitativa encontram-se variados tipos de investigação, apoiados em diferentes quadros de orientação teórica e metodológica, tais como o interacionismo simbólico, a etnometodologia, o materialismo dialético e a fenomenologia. Alinhar negócios objetivando a sustentabilidade através de negócios circulares são aspectos e ações práticas da gestão das firmas relevantes para desenvolver uma conexão entre integração e criação de valor ao modelo de negócio, tornando-se uma forma relevante integrar abordagens teóricas e metodológicas (Morioka et al., 2017).

A competição por recursos irá crescer e melhorar os modos de acesso e utilização a esses recursos (Tukker, 2013; Mokhtar et al., 2019) e contribuirá com as firmas e a sociedade no sentido de redesenhar as formas de utilização desses recursos com a introdução de negócios circulares. Ocorrem evidências empíricas de que as firmas estão respondendo a pressão das partes interessadas, nas quais ações para novos modelos de negócios vem ocorrendo nos ambientes das firmas como o foco de ser uma firma com negócio sustentável (Kurucz et al., 2016; Lüdeke-Freund e Dembek, 2017).

Godoy (1995) aborda que o significado que as pessoas dão as coisas e à sua vida são a preocupação essencial do investigador, e nesse sentido, a firma como investigadora

das novas realizadas sociais e empresariais deverão buscar a compreensão dos diferentes significados da realidade.

Compreender como melhorar para ter acesso aos recursos é compreender os fenômenos (Tukker e Tischner, 2006b) para os novos modelos de negócios com introdução de conceitos de circularidade. Com isso, a geração de soluções e orientações integradas podem permitir experiências para a melhoria contínua das firmas vinculadas às práticas de negócios circulares (Evans et al., 2017) procurando entender as inovações dos modelos para aproveitar o melhor desempenho dos negócios evitando as barreiras (Lüdeke-Freund e Dembek, 2017; Jia et al., 2018).

As questões para análise e identificação de quais os modelos, como são operacionalizados e quais as barreiras na implantação são: Quais são os modelos de negócios circulares e como são operacionalizados na ótica dos estudos qualitativos analisados? Quais são as barreiras para a implantação de modelos de negócios circulares abordados nos estudos qualitativos analisados? Este estudo qualitativo com revisão sistemática de literatura objetiva abordar e analisar as publicações que utilizaram o método qualitativo sobre os modelos de negócios circulares compreendendo o período de 2009 a setembro de 2019, e identificar quais os procedimentos metodológicos utilizados nessas publicações.

O artigo divide-se em cinco seções. Na primeira seção, revisão da literatura, subdivide-se em dois subcapítulos iniciando com a abordagem sobre quais são os modelos de negócios circulares e como são operacionalizadas. No segundo subcapítulo abordamos as barreiras de implantação para os modelos de negócios circulares. Na terceira seção, apresenta-se as formas metodológicas com o desenho do fluxo de trabalho e na quarta, realiza-se a apresentação e análise dos dados com a discussão dos resultados e conclusões na quinta seção.

2 Revisão da literatura

Este capítulo é composto por duas sessões. A primeira aborda quais são os modelos de negócios circulares e como são operacionalizados na ótica dos estudos qualitativos

analisados e a segunda quais são as barreiras para a implantação de modelos de negócios circulares abordados nos estudos qualitativos analisados.

2.1 Os Modelos de Negócios Circulares e sua operacionalização

Modelos de Negócios Circulares propõe novas formas e estratégias assim como aprender novas estratégias de pesquisa, visando ampliar a capacidade de interpretação do real (Marchi et al., 2011) para que as firmas possam desenvolver e utilizar os materiais, ao invés de comprar algo, usar e descartar. Negócios sustentáveis fazem parte de um novo modelo empresarial das firmas (Yang et al., 2016), em que produtos e serviços baseiam-se na incorporação de forma integrada para promover a sustentabilidade (Baden-Fuller e Morgan, 2010).

Com um modelo de negócio é possível redesenhar o propósito da firma, de forma a integrar a circularidade com as demais estratégias, permitindo com isso a criação de um novo lugar para um novo mercado com aplicações de elementos chaves para a maturação da firma (Stubbs e Cocklin, 2008; Bocken et al., 2014). Um modelo de negócio sustentável como um modelo de negócio circular que cria vantagem competitiva através de valor superior ao cliente e contribuir para um desenvolvimento sustentável da empresa e da sociedade que consiste no planejamento de um sistema industrial restaurativo e regenerativo buscando refinar o processo criativo com captura de valor sustentável no modelo de negócio (Geissdoerfer et al., 2016; Yang et al., 2017; Parida et al., 2019).

Agregar nos modelos, formas que facilitam a operacionalização e entendimento das necessidades (Baldassare et al., 2017) com mecanismos que resolvem os problemas de alocação de recursos e direcionamento das ações o que e como um bem ou serviço deve ser produzido, permitirá ritmo e fatores concretos para atingir a operacionalização desses modelos. Pensar estrategicamente (Ellen MacArthur Foundation, 2013; Bocken et al., 2014) para operacionalizar princípios e modelos permitirá repensar e aplicar as práticas dessa lógica promovendo com isso o desenvolvimento de novas relações nas firmas incorporando princípios que nortearão

as suas atividades para integrar e apoiar a sustentabilidade no comportamento das firmas (Evans et al., 2017; Morioka et al., 2017; Calvo e Villarreal, 2018).

A pesquisa qualitativa tem procurado legitimar sua práxis adotando uma perspectiva multidisciplinar e um foco multiparadigmático (Denzin e Lincoln, 2006), ou seja, atualmente a pesquisa qualitativa consiste em uma prática integradora de múltiplas lentes para a compreensão da realidade e operacionalizar um modelo de negócio circular, pensando nos princípios da Economia Circular, vai além da aplicação de fatores financeiros, fatores de reciclagem ou fatores como o reuso de materiais e é necessário adequar método a estratégia procurando legitimar a sua práxis (Marchi et al., 2011).

Esses processos envolvem desafios e avaliações estratégicas constantes com redefinição e ajustes do escopo do sistema produtivo da firma, a fim de que possa tornar o modelo circular parte das estratégias corporativas combinando princípios orientados para o desenvolvimento de proposições sustentáveis e criação de valor (Baldassarre et al., 2017; Bittencourt et al., 2016; Kurucz et al., 2016).

2.2 Barreiras para a implantação de Modelos de Negócios Circulares

Até hoje, os modelos de negócios foram examinados principalmente a partir das perspectivas de proposição de valor, captura de valor, criação de valor e entrega, mas também podem pensar a sustentabilidade dos modelos como ações fortes e duradouras (Yang et al. 2016; Kurucz, 2017; Tost et al., 2018). Para Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo e essas práticas transformam o mundo em uma série de representações que podem ser direcionadas a melhoria da sustentabilidade das firmas.

As firmas sofrem pressões ambientais que as forçam a realizar pesquisas para adaptações estratégicas em ritmo bastante acelerado para sobreviverem (Yang et al., 2016; Junior et al., 2018) e de acordo com Vidich et al. (2006), a tarefa da pesquisa como um todo exige os atos de observar e de comunicar as análises para os outros e nesse sentido, o observador encontra-se no centro da pesquisa, sendo fundamental

que as firmas observem a conduta dos negócios para identificar de maneira rápida as barreiras e também as novas demandas.

Alves-Mazzotti (2006), aborda que é necessário ter interlocução contínua entre pesquisadores de uma dada área e participar desse diálogo é essencial ao ofício de pesquisador, pois é por meio dele que os novos conhecimentos produzidos são validados ou não. Com isso, alinhar os interesses das pessoas envolvidas para alocar de forma eficiente os recursos é fundamental para a efetivação das ações evitando ao máximo as barreiras (Tabela 1) que surgem no decorrer das ações (Beer et al., 2005; Hogevoid, 2011; Barber et al., 2012; Boons et al., 2013; Yang et al., 2016).

Tabela 1 – Barreiras e escala

Barreiras	Escala da barreira
Políticas governamentais adotadas pelos países	1º fator
Clima econômico do país	2º fator
Apoio financeiro	3º fator
Normas culturais e sociais da firma	4º fator
Características das firmas e da força de trabalho	5º fator
Educação e capacitação	6º fator

Fonte: Adaptado pelos Autores de Beer et al. (2005); Junior et al., (2018).

Analisar as barreiras e a escala (Tabela 1) torna-se necessário para reconhecer, mobilizar, criar e promover dinâmicas para os ajustes necessários que a firma objetiva para a efetivação das ações. (Beer et al., 2005; Hogevoid, 2011; Boons et al., 2013; Yang et al., 2016; Kurucz, 2017; Junior et al., 2018). De acordo com Zaccarelli e Godoy (2013), cada tipo de pesquisa contém desafios e oportunidades advindos de suas características e técnicas de investigação, significando que os pesquisadores estudam as coisas em seu ambiente natural e, dessa forma, as firmas devem investigar o que já é concebido como desafios no seu modelo de negócios e o que é necessário desenvolver para minimizar os desafios que as barreiras impõem.

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social ou organização, e nesse

trabalho na abordagem sobre os Modelo de Negócios Circulares. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria (Zaccarelli e Godoy, 2013).

Os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (Goldenberg, 1997, p. 34; Bocken et al., 2019). Os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados não são métricos e se valem de diferentes abordagens para produzir informações aprofundadas e ilustrativas, seja eles pequenos ou grandes, o que importa é que sejam capazes de produzir novas informações (Deslauriers, 1991, p. 58).

3 Metodologia

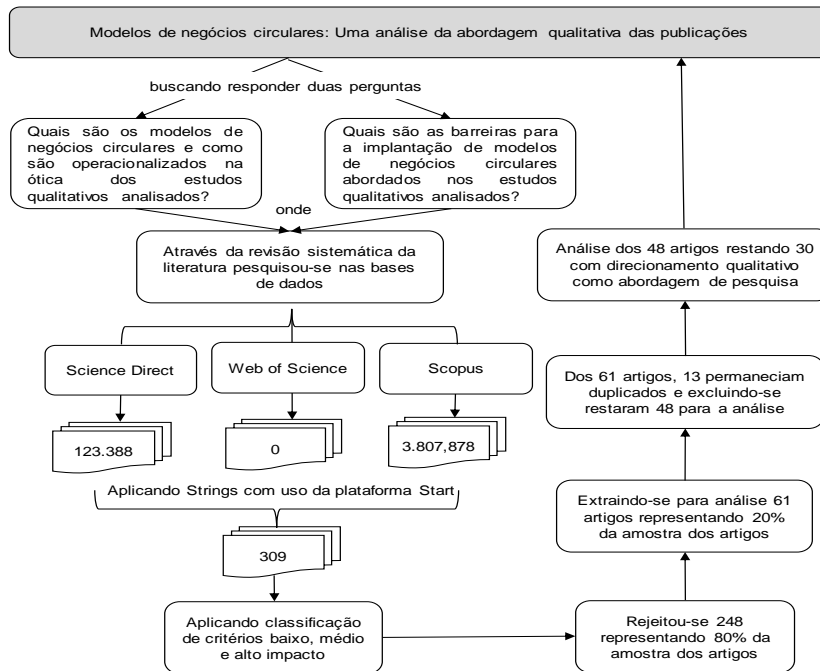
O tipo de pesquisa deste estudo é qualitativo utilizando-se da interpretação subjetiva de informações textuais. O procedimento técnico utilizado une-se com a pesquisa bibliográfica para análise textual utilizada nas informações vinculando-se a análise interpretativa. Por meio da análise interpretativa buscou-se evidenciar os métodos utilizados para a elaboração dos artigos. A escolha de métodos de maior rigor científico é fundamental para fortalecer as investigações não só no *locus* acadêmico como em empresas e demais organizações.

Na pesquisa em Administração, a opção por métodos de análise qualitativos pode levar a combinação de técnicas e estratégias complementares para auxiliar no entendimento do objeto em questão e desta maneira contribuindo para as discussões na academia e para a aplicação prática de seus resultados (Freitas e Moscarola, 2002; Belei et al., 2008).

O seguimento correto dos preceitos de cada metodologia garante maior confiabilidade para os resultados que podem, por vezes, serem utilizados como ferramentas para a tomada de decisões na prática da administração (Godoy, 1995; Freitas e Moscarola,

2002). A partir dos objetivos, desenhou-se o fluxo da pesquisa (Figura 1) e passou-se a proceder com a definição dos critérios de seleção dos periódicos, a coleta e a triagem dos artigos, análise de conteúdo dos artigos e a apresentação dos resultados obtidos das análises.

Figura 1 – Fluxo da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos Autores (2019).

Para a revisão de literatura seguiu-se o fluxo de pesquisa (Figura 1) e procedeu-se com a busca das Strings (Tabela 2), "Business models" AND "Agribusiness OR food", "Circular business" model", "Sustainable Business model", Sustainable Business" AND Agribusiness OR food, "Sustainability" AND Agribusiness OR food e Barrier OR problem OR blockade OR trammels OR obstacle OR difficulty OR impediment OR obstruction AND "Business models" AND Agribusiness OR food.

Refinado as Strings utilizado a Plataforma Start, onde foram selecionados 309 artigos nas bases da *Scopus* e *Science Direct* aplicando o classificação de critérios baixo, médio e alto impacto , foram rejeitados 248 que representou 80% da amostra dos artigos , sendo extraídos para análise 61 artigos, que representou 20% da amostra . Destes 61, 13 estavam duplicados e excluindo-os restaram 48.

Tabela 2 – Base de dados e Strings da pesquisa

Base de dados	"Business models" AND "Agribusiness OR food"	"Circular business model"	"Sustainable Business model"	"Sustainable Business" AND "Agribusiness OR food"	"Sustainability" AND "Agribusiness OR food"	Barrier OR problem OR blockade OR trammels OR obstacle OR difficulty OR impediment OR obstruction AND "Business models" AND Agribusiness OR food
Scopus	5	7	1.445.439	674	231	1.445.439
Web of Science	0	0	0	0	0	0
Science Direct	14	4	61.574	211	11	61.574
Total	19	11	1.507.013	885	242	1.507.013

Fonte: Elaborado pelos Autores compreendendo o período de 2009 a setembro de 2019.

O processo de produção do conhecimento científico, de acordo com Alves-Mazzotti (2006), pode ser visto como uma espécie de conversa, uma interlocução contínua entre pesquisador e o objeto pesquisado. Participar desse processo é essencial ao ofício de pesquisador, pois é por meio dele que os novos conhecimentos produzidos podem ser validados. Analisando-se de forma individual os 48 artigos, evidenciou-se que em 30 publicações utilizaram o direcionamento qualitativo exploratório como abordagem de pesquisa, sendo utilizados estudos de caso coletando os dados em documentos e utilizando a técnica de análise de dados.

Segundo a visão de Vieira (2004), para que os resultados de uma pesquisa qualitativa sejam confiáveis torna-se necessária a descrição exaustiva da forma como os dados foram coletados, tabulados e analisados, gerando uma riqueza nos processos metodológicos adotados (Viera, 2004; Denzin e Lincoln, 2006).

4 Análise dos resultados

A pesquisa qualitativa não procura enumerar ou medir eventos estudados, nem prega referencial estatístico na análise de dados, os interesses vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve e possibilita (Godoy, 1995) um conjunto de práticas interpretativas que dão visibilidade a uma série de representações. Busca-se entender o fenômeno em termo dos significados que as pessoas conferem. A competência da pesquisa qualitativa será o mundo da experiência vivida, pois é nele que a crença individual, ação e cultura entrecruzam-se (Denzin e Lincoln, 2006).

Analisando-se os dados estabelecidos pelos autores (Evans et al., 2017; Geissdoerfer, et al., 2018) para que as ocorrências dos modelos de negócios circulares sejam levadas para uma operacionalização estratégica e eficiente para que ocorram com uma mínima influência de barreiras são necessários estruturar caminhos concretos para a sua aplicação (Ellen MacArthur Foundation e Sun, 2015; Parida et al., 2019).

Aplicar direcionamentos para negócios circulares, significa imprimir ações norteadoras para a operacionalização da circularidade visando a implementação e buscando neutralizar as barreiras (Chofreh et al., 2018) que se apresentam nos novos negócios com sistemas integrados (Ellen MacArthur Foundation, 2015; Yang et al., 2016). A operacionalização e compartilhamento dos fatores quando levada para a prática e trabalhada coletivamente no surgimento das barreiras, que advém desse processo serão fatores de impacto positivo ao crescimento e ao sucesso da firma, aumentando o seu desempenho (Geissdoerfer et al., 2016; Baldassarre et al., 2017).

Existem uma série de particularidades no processo de negócios circulares (Weissbrod e Bocken, 2017) que precisam ser entendidas e exploradas, pois o conhecimento no campo tem que se preocupar com os diferentes impactos e nessa ótica (Godoy, 1995; Andion e Serva, 2006) abrange a descrição dos eventos, das particularidades que ocorrem na vida de um grupo com especial atenção para as estruturas sociais e o comportamento dos indivíduos enquanto membros do grupo e a interpretação do significado desses eventos para a cultura do grupo ou firma.

Como são criados, operacionalizados e enfrentados as barreiras desses novos modelos de negócios circulares? (Tabela 3). Essas respostas ainda necessitam de maiores estudos teóricos e empíricos, para que possam contribuir de forma mais assertiva na tomada de decisão das firmas que almejam criar, desenvolver e implementar negócios circulares.

Tabela 3 – Alinhamento dos objetivos específicos

Objetivos Específicos	Pensando nos modelos de negócios
1º - Modelos de negócios circulares e como são operacionalizados na ótica dos estudos qualitativos analisados?	Novas formas de desenvolver e utilizar os materiais; Novos modelos empresariais para as firmas; Modelos tangíveis para redesenhar o propósito das firmas. Incorporar mecanismos para resolver os problemas de operacionalização. Pensar a operacionalização seguindo os princípios da Economia Circular; Criar em torno de si mais estabilidade e previsibilidade dos seus modelos de negócios.
2º - Barreiras para a implantação de modelos de negócios circulares abordados nos estudos qualitativos analisados?	Políticas governamentais adotadas pelos países Clima econômico do país; Apoio financeiro; Normas culturais e sociais da firma; Características das firmas e da força de trabalho; Educação e capacitação.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2019).

Mas afinal, quais são os modelos de negócios circulares e como são operacionalizados na ótica dos estudos qualitativos analisados? Antes dessa questão (Ellen MacArthur Foundation 2015) vem a premissa que envolve redefinições estratégicas e alinhamento dos objetivos (Tabela 4) do escopo do sistema produtivo das firmas para tratar o produto como um serviço (Figura 7), e modelo de negócios é a forma como a organização cria e entrega valor para os stakeholders (Stubbs e Cocklin, 2008). Portanto, os modelos de negócios, independentemente do tipo de negócio, envolvem ciclos de uso, manufatura e distribuição, reciclagem do produto, renovar e remanufaturar, reusar e redistribuir, manter e reparar tratando do produto como um serviço (Ellen MacArthur Foundation 2015; Ma et al., 2018).

Para alcançar sucesso na operacionalização de um modelo de negócio (Bocken, 2014; Bittencourt, 2015) são necessários envolvimento e capacidade das pessoas para desenvolverem formas de solucionar os entraves com esforços colaborativos, procurando sempre trabalhar em equipe e de forma clara com os envolvidos no processo unifica a sustentabilidade e gera cooperação interdisciplinar e inter setorial (Kurucz et al., 2016; Sharma, 2018).

Quais são essas barreiras para a implantação de modelos de negócios circulares abordados nos estudos qualitativos analisados? O surgimento de barreiras é inevitável e faz parte do processo e o projeto do modelo de negócios deve possuir três premissas para a sua concepção que são as fases de decisão, design e implementação sendo que quando uma dessas fases não for realizada da forma correta e robusta, o modelo de negócios pode ter dificuldades para alcançar o sucesso. Outra grande barreira é a falta de perspectivas e diretrizes estratégicas para definir o foco do modelo de negócio alinhado à sustentabilidade e nessa perspectiva é fundamental que a firma tenha uma estrutura unificadora para que possa superar as limitações (Yang et al., 2016; Morioka et al., 2017; Simon, 2019).

As barreiras de modelos de negócios circulares (Yang et al. 2016; Kurucz, 2017) bem como as formas de operacionalizar podem implicar diretamente na forma de gestão das firmas e na determinação de critérios de qualidade para serem conquistados. De acordo com Godoy (2005) a identificação de critérios pode ser útil tanto na avaliação de projetos quanto na apreciação do relatório final. Possuir a clareza dos parâmetros

de qualidade auxilia a reflexão e a auto avaliação dos pesquisadores durante a execução da investigação para determinar o mérito de um estudo (Godoy, 2005) gerando nas firmas direcionamentos para operacionalizar os critérios e para que estes tenham qualidade.

Os estudiosos organizacionais irão trabalhar nas pesquisas a partir do que já existe de teorias e tentarão melhorá-las. Independente da teoria que o pesquisador utilizará (Durbin, 1978) ela deve possuir elementos essenciais sendo o quê, como, porque, quem, onde e quando (Whetten, 2003) para que as implicações gerenciais (Evans et al., 2017; Ilic et al., 2018), quando direcionadas para o foco no modelo proposto, passam a entregar valor através de modelos alternativos e bem-sucedidos de consumo oriundos de práticas eficientes da gestão das firmas.

Os resultados apontam também como sendo desafios à operacionalização de modelos de negócio circulares, além de procurar eliminar as barreiras, pensar e incluir o consumidor no modelo. Deve ocorrer integração constantes entre todos os envolvidos para que os direcionamentos se tornem alinhados e claros para todas as partes. A única maneira de eliminar problemas e melhorar a operacionalização (Ilic, et al., 2018) é lidar com os problemas propondo soluções. Para que os princípios dos negócios circulares possam ser atendidos (Chofreh et al., 2018) não basta reciclar mais materiais, mas é de fundamental importância ter a visão do ciclo de vida dos produtos e projetá-los pensando nisso (Ellen MacArthur Foundation, 2012; Pieroni et al., 2019).

Compreender o cotidiano dos sistemas produtivos para a aprendizagem contínua (Bandeira de Melo e Silva, 2006) e compreender as definições dos propósitos dos modelos de negócios circulares tendo uma visão completa do interrelacionamento de fatores, focando na operacionalização do modelo proposto com decisões assertivas, minimizando dessa forma as barreiras, a probabilidade de sucesso do modelo será maior e trará melhores benefícios para os Stakeholders, sendo crucial, independente do modelo (Tabela 4), direcionar os propósitos da firma para a aplicação da circularidade.

Tabela 4 – Modelos

Ano	Autores	Modelos
2009	Birkin et al.	Empresas do segmento de manufatura em eletrônica, logística, petróleo e construção elétrica.
2011	Hogevold, N. M.	Fabricantes de cadeiras para escritório.
2012	Barber et. al.	Nas interfaces entre o cliente, marketing, projeto, operações, logística e agentes externos na rede de fornecimento.
2013	Boons et al.	Empresas de tecnologia, produtos e serviços para firmas de tapetes, telefonia móvel, provedores de rede e de hardware.
2013	Tseng, et al.	Indústria petroquímica, siderúrgica e de transportes.
2014	Bocken et al.	Fornecedores de combustível, montadoras automotivas e indústria metalúrgica.
2015	Upward e Jones	Instituições financeiras regionais.
2016	Bittencourt et al.	Companhias de fornecimento de energia elétrica.
2016	Geissdoerfer et al	Empresas de design e ONGs.
2017	Morioka et al.	Start-ups, empresas B2C (business-to-consumer) e B2B (business-to-business), prestadores de serviço e fabricantes.
2017	Lüdeke-Freund e Dembek	Indústria, Governo, Universidade integrados.
2018	Ilic et al.	Empresas do segmento de reciclagem.
2018	Ma et al	Empresas de produtos aditivos manufaturados.
2018	Chofreh et al.	Empresas de sistemas de softwares.
2019	Mokhtar et al.	Empresas governamentais.
2019	Parida et al.	Indústrias de manufatura.
2019	Pieroni et al.	Empresas de serviços
2019	Simon	Indústria de plásticos
2019	Bocken et al.	Indústrias ecológicas

Fonte: Elaborado pelos Autores (2019).

Os modelos de negócios evidenciados (Tabela 4) podem adotar a circularidade de forma parcial ou total, sendo fundamental direcionar os modelos que as firmas adotam (Tabela 5) realizando análises de aplicação para que o modelo de negócio circular tenha sustentabilidade. Com análises eficientes, as firmas podem passar a um

planejamento dos itens de aplicação para o modelo de forma mais assertiva, evitando assim negligenciar pontos importantes deste novo modelo de negócio.

Vencidos esses desafios, a firma terá que lidar com as particularidades do seu modelo para que os resultados possam atender as expectativas e dessa forma alavancando os resultados para atingir as metas determinadas do seu modelo de negócio e o presente estudo qualitativo, segundo Godoy (1995) pressupõem de algumas características básicas que identificam esses estudos denominados qualitativos, e segundo esta perspectiva, um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada. Para tanto, o pesquisador capta o fenômeno em estudo considerando todos os pontos de vista relevantes, e nesse sentido, vários tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a dinâmica do fenômeno, sendo estas coletas evidenciadas na perspectiva sobre os modelos de negócios abordados na tabela 4.

Tabela 5 – Direcionadores e itens de análise e aplicação para o Modelo de Negócio Circular

Direcionadores do Modelo de Negócio Circular	Itens de análise e aplicação para o Modelo de Negócio Circular
1º - Conhecimento do mercado para o Modelo de Negócio Circular que pretende estabelecer.	<p>Seguir e aplicar as leis vigentes e específicas para cada país e modelo de negócio;</p> <p>Mapear e entender as expectativas dos consumidores;</p> <p>Mapear, entender e atender as expectativas da sociedade que está inserido.</p>
2º - Desenvolvimento Inter organizacional com integração de conhecimento e aplicação de sistemas visando a circularidade do negócio.	<p>Desenvolver e aplicar uma comunicação interna e simultânea do negócio da firma;</p> <p>Integrar a firma com os stakeholders para formalizar e aplicar práticas integradas para o modelo de negócio circular;</p> <p>Promover a inovação sustentável do modelo de negócio circular investindo na desburocratização dos processos da firma e dando poder aos envolvidos para que atuem de forma sistêmica.</p>

3º - Avaliação e melhorias constantes do ciclo das atividades da firma em referência ao seu Modelo de Negócio Circular.	Promover avaliações constantes das metas e objetivos da firma;
	Promover o desenvolvimento de competências para atuarem no modelo de negócio circular adotado pela firma;
	Flexibilizar os trabalhos em grupo e eliminar os entraves, barreiras, que forem surgindo no modelo de negócio circular.

Fonte: Elaborado pelos autores com base no mapeamento dos Negócios Circulares citados na Tab. 4.

Os direcionadores com os itens de análise e aplicação para uma gestão eficiente do Modelo de Negócio Circular (Tabela 5) relacionado com os negócios (Tabela 4) que a firma desenvolve ou pretende desenvolver, ocorrerá com os esforços da gestão da firma, onde esses esforços estão diretamente ligados ao desenvolvimento e ao sucesso da firma, sendo fundamental para as operações sustentáveis do modelo de negócio circular incorporarem a concepção de produtos e análise do ciclo de vida, gerenciamento constante das fontes com prevenção contínua, manufatura direcionada a redução, reuso e reciclagem e aplicação da logística reversa no modelo de negócio.

Considerando que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa (Tabela 6), ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques. Nesse sentido, acreditamos que a pesquisa documental representa uma forma que pode se revestir de um caráter inovador, trazendo contribuições importantes para os estudos, e nesse trabalho contribuindo para uma análise qualitativa dos trabalhos que abordam Modelos de Negócios Circulares (Godoy, 2005).

Tabela 6 – Artigos com abordagem qualitativa

Ano	Autores	Título dos artigos
2009	Birkin, et al.	A new business model for sustainable development: An exploratory study using the theory of constraints in nordic organizations. Business Strategy and the Environment. Volume 18, Issue 5, Pages 277-290.
2011	Høgevold, N.M.	A corporate effort towards a sustainable business model: A case

- study from the Norwegian furniture industry. *European Business Review* Volume 23, Issue 4, Pages 392-400.
- 2012 Barber, et.al. Environmental sustainability: A value cycle research agenda. *Production Planning and Control* Volume 23, Issue 2-3, Pages 105-119.
- 2013 Boons et al. Sustainable innovation, business models and economic performance: An overview. *Journal of Cleaner Production*. Volume 45, Pages 1-8.
- 2013 Tseng, et al. Sustainable consumption and production for Asia: Sustainability through green design and practice. *Journal of Cleaner Production*. Volume 40, Pages 1-5.
- 2013 Bocken, et al. A value mapping tool for sustainable business modelling. *Corporate Governance (Bingley)* Volume 13, Issue 5, Pages 482-497.
- 2014 Laukkanen e Patala, Analysing barriers to sustainable business model innovations: Innovation systems approach. *International Journal of Innovation Management*. Volume 18, Issue 6, Article number 1440010.
- 2014 Bocken, et al. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*. Volume 65, Pages 42-56.
- 2015 Bocken, N.M.P. Sustainable venture capital - Catalyst for sustainable start-up success? *Journal of Cleaner Production* Volume 108, Pages 647-658.
- 2015 Upward e Jones An Ontology for Strongly Sustainable Business Models: Defining an Enterprise Framework Compatible With Natural and Social Science. *Organization and Environment*. Volume 29, Pages 97-123.
- 2016 Bittencourt et al. Developing sustainable business models within BOP contexts: Mobilizing native capability to cope with government programs. *Journal of Cleaner Production* Volume 129, Pages 735-748.
- 2016 Geissdoerfer et al. Design thinking to enhance the sustainable business modelling process – A workshop based on a value mapping process. *Journal of Cleaner Production*. Volume 135, Pages 1218-1232.
- 2016 Kurucz et al. Relational leadership for strategic sustainability: practices and capabilities to advance the design and assessment of sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*. Volume 140, Pages 189-204.
- 2017 Yang et al. Value uncaptured perspective for sustainable business model innovation. *Journal of Cleaner Production*. Volume 140, Pages 1794-1804.
- 2017 Baldassare et al. Bridging sustainable business model innovation and user-driven innovation: A process for sustainable value proposition design. *Journal of Cleaner Production* Volume 147, Pages 175-186.
- 2017 Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. *Business Strategy and the Environment*. Volume 26, Pages 597-608
- 2017 Evans et al. Sustainable business model research and practice: Emerging field or passing fancy? *Journal of Cleaner Production*. Volume 168, Pages 1668-1678.
- 2018 Lüdeke-Freund, e Dembek. Transforming sustainability challenges into competitive advantage: Multiple case studies kaleidoscope converging into sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*. Vol 167, Pages 723-738.
- 2018 Morioka et al. Sustainable supply chain management in developing countries: An analysis of the literature. *Journal of Cleaner Production*. v.189, p.

2018		263-278.
	Qorri et al.	A conceptual framework for measuring sustainability performance of supply chains. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 189, p. 570-584.
2018	Junior et al.	Sustainability evaluation model for manufacturing systems based on the correlation between triple bottom line dimensions and balanced scorecard perspectives. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 84-93.
2018	Magon et al.	Sustainability and performance in operations management research. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 104-117.
2018	Baxter et al.	Exploring sustainability metrics for redesigned consumer products. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 128-136.
2018	Sharma, M.	Development of a 'Green building sustainability model' for Green buildings in Índia. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 538-551.
2018	Geissdoerfer et al.	Business models and supply chains for the circular economy. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 712-721.
2018	Chofreh et al.	Evaluation of a framework for sustainable Enterprise Resource Planning systems implementation. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 190, p. 778-786.
2018	Calvo e Villarreal.	Analysis of the growth of the e-learning industry through sustainable business model archetypes: A case study. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 191, p. 26-39.
	Ma et al.	An exploratory investigation of Additively Manufactured Product life cycle sustainability assessment. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 192, p. 55-70.
	Ilic et al.	No zero burden assumption in a circular economy. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 182, p. 352-362.
	Tost et al.	The state of environmental sustainability considerations in mining. <i>Journal of Cleaner Production</i> . v. 182, p. 969-977.
2019	Mokhtar et al.	Improving reverse supply chain performance: The role of supply chain leadership and governance mechanisms. <i>Journal of Cleaner Production</i> . doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.045
2019	Parida et al.	Orchestrating industrial ecosystem in circular economy: A two-stage transformation model for large manufacturing companies. <i>Journal of Business Research</i> .doi:10.1016/j.jbusres.2019.01.006
2019	Pieroni et al	Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 215, 198–216. doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.036
2019	Simon	What are the most significant aspects of supporting the circular economy in the plastic industry? <i>Resources, Conservation and Recycling</i> , 141, 299–300. doi:10.1016/j.resconrec.2018.10.044
2019	Bocken et al.	Sustainable business model experimentation by understanding ecologies of business models. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 208, 1498–1512.doi:10.1016/j.jclepro.2018.10.159

Fonte: Elaborado pelos Autores (2019).

A Economia Circular e os modelos de negócios circulares apresentam propostas aderentes às necessidades do mundo contemporâneo e das novas tendências de mercado. A partir da inovação para modelos de negócios circulares, como o sistema

produto-serviço, o compartilhamento, design voltado para a circularidade, reutilização, remanufatura e outros, muitos valores e oportunidades são criados (Dias, 2009; Borges et al., 2013; Luz, 2017). Como método de pesquisa utilizado pelos autores (Tabela 7) sobre Modelos de Negócios Circulares, observa-se que o estudo de caso, predomina nos trabalhos.

Tabela 7 – Métodos utilizados nas pesquisas

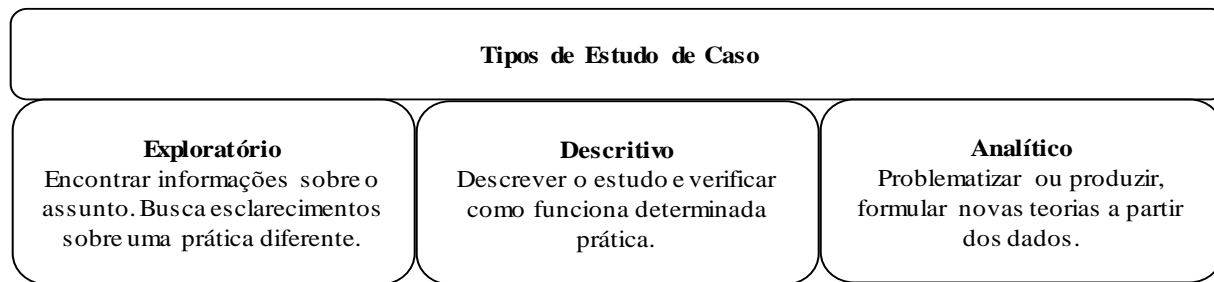
Ano	Autores	Método utilizado
2009	Birkin, et al.	Entrevista estruturada
2011	Høgevoid, N. M.	Entrevista semi-estruturada
2012	Barber, et.al.	Estudo de caso descritivo
2013	Boons et al.	Estudo de caso analítico
2013	Tseng, et al.	Estudo de caso exploratório
2013	Bocken, et al.	Estudo de caso analítico
2014	Laukkanen e Patala.	Estudo de caso descritivo
2014	Bocken, et al.	Estudo de caso analítico
2015	Bocken, N. M. P.	Estudo de caso analítico
2015	Upward e Jones.	Estudo de caso descritivo
2016	Bittencourt et al.	Estudo de caso descritivo
2016	Geissdoerfer et al.	Entrevista não estruturada
2016	Kurucz et al.	Estudo de caso exploratório
2016	Yang et al.	Estudo de caso analítico
2017	Baldassare et al.	Estudo de caso exploratório
2017	Evans et al.	Estudo de caso analítico
2017	Lüdeke-Freund e Dembek.	Estudo de caso exploratório
2017	Morioka et al.	Estudo de caso exploratório
2018	Jia et al.	Estudo de caso exploratório
2018	Qorri et al.	Estudo de caso analítico
2018	Junior et al.	Estudo de caso analítico
2018	Magon et al.	Estudo de caso descritivo
2018	Baxter et al.	Entrevista estruturada
2018	Sharma, M.	Estudo de caso exploratório
2018	Geissdoerfer et al.	Estudo de caso

		descritivo
2018	Chofreh et al.	Estudo de caso analítico
2018	Calvo e Villareal.	Estudo de caso exploratório
2018	Ma et al.	Estudo de caso analítico
2018	Ilic et al.	Estudo de caso exploratório
2018	Tost et al.	Estudo de caso descritivo
2019	Mokhtar et al.	Estudo de caso descritivo
2019	Parida et al.	Estudo de caso descritivo
2019	Pieroni et al	Estudo de caso exploratório
2019	Simon	Estudo de caso exploratório
2019	Bocken et al	Estudo de caso exploratório

Fonte: Elaborado pelos Autores (2019).

O estudo de caso é um método qualitativo que consiste em uma forma de aprofundar uma unidade individual e serve para responder questionamentos que o pesquisador não tem muito controle sobre o fenômeno estudado contribuindo para a compreensão dos fenômenos individuais, dos processos organizacionais e das políticas da sociedade (Yin, 2015). De acordo com Yin (2015), os estudos de caso (Figura 2) podem ser exploratórios quando se quer encontrar informações preliminares sobre o assunto estudado, descritivos quando cujo objetivo é descrever o Estudo de Caso e analítico, quando se quer problematizar ou produzir novas teorias que irão procurando problematizar o seu objeto, construir ou desenvolver novas teorias que irão ser confrontadas com as teorias que já existiam, proporcionando avanços do conhecimento (Tabela 7).

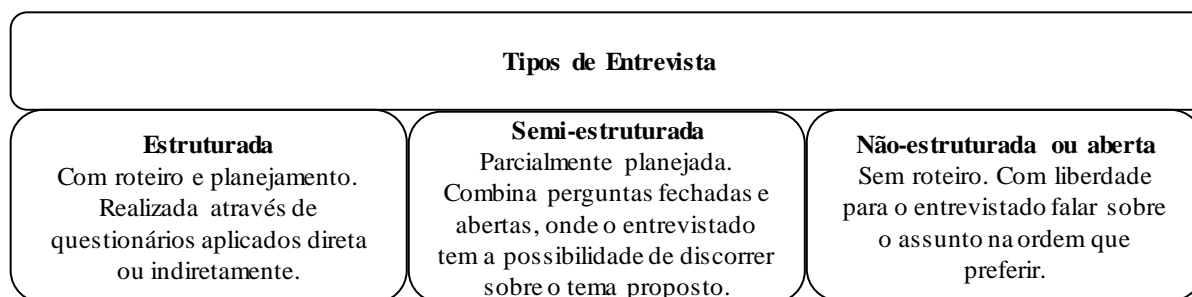
Figura 2 – Tipos de Estudo de Caso



Fonte: Adaptado pelos Autores (Yin, 2015).

Com relação as entrevistas (Figura 3), elas podem ser definidas como uma conversa entre duas ou mais pessoas com um propósito específico em mente e são aplicadas para que o pesquisador obtenha informações dos entrevistados e podem ser classificadas estruturadas, não estruturadas ou completamente abertas e semiestruturadas, e cada tipo apresenta suas particularidades (Lüdke e André, 1986; Yin, 2015).

Figura 3 – Tipos de Entrevistas



Fonte: Adaptado pelos Autores (Lüdke e André, 1986; Yin, 2015).

As entrevistas estruturadas são aquelas que apresentam um conjunto de questões, em que o pesquisador administra a cada sujeito na mesma sequência e usando as mesmas palavras. Para o investigador, esse questionário responde suas hipóteses, admitindo que o respondente tem condições necessárias para fornecer os dados que julga relevantes. O pesquisador ainda entende que os entrevistados compreenderão

da mesma forma todas as perguntas levantadas. Nas entrevistas semiestruturadas combina-se perguntas fechadas e abertas, podendo ser as respostas relativamente livres. Caso haja a necessidade, o pesquisador pode acrescentar uma questão não prevista, dependendo das respostas dos respondentes. As entrevistas não estruturadas ou completamente abertas são aquelas sem roteiros e o entrevistador pode falar abertamente sobre o assunto cabendo ao investigador o papel de ouvir e entender (Lüdke e André, 1986; Yin, 2015).

5 Considerações finais

O presente estudo enfoca o tema Modelos de Negócios Circulares abordando a utilização do método de pesquisas qualitativas sobre os modelos de negócios circulares compreendendo um período de dez anos. Apresenta-se através da tabela 6 os artigos que embasaram essa pesquisa sobre Modelos de Negócios Circulares e que tiveram caráter qualitativo pelos autores bem como na tabela 7 os métodos utilizados nas pesquisas. A abordagem qualitativa tem lugar assegurado como uma forma viável e promissora de trabalhar em ciências sociais. Em função da natureza do problema que se quer estudar e das questões e objetivos que orientam as investigações, a opção pelo enfoque qualitativo muitas vezes se torna a mais apropriada. A busca de entendimento dos fenômenos como um todo, na sua complexidade, é possível que uma análise qualitativa seja a mais indicada.

Quando a preocupação do pesquisador for a compreensão da teia de relações sociais e culturais que se estabelecem nas firmas, o trabalho qualitativo pode oferecer interessantes e relevantes contribuições. Com o estudo dos Modelos de Negócios Circulares, a operacionalização e barreiras de implantação a partir de uma revisão sistemática da literatura constata-se que os ganhos que as firmas podem obter com os modelos são abrangentes. Pode-se citar a redução de custos com melhoria na gestão ambiental, melhoria da imagem e das vendas, fortalecimento e fidelidade à marca e ao produto, valorização da empresa na sociedade e no mercado, produtividade, pelo maior empenho e motivação dos funcionários, retorno publicitário com a divulgação, novos contratos onde negócios envolvem empresas socialmente responsáveis e ecologicamente corretas e novos negócios com grandes empresas que necessitam

alinhar sua cadeia produtiva com os novos valores direcionados pela economia circular.

Verificou-se nos artigos através da abordagem qualitativa que Modelos de Negócios Circulares podem representar enormes benefícios estratégicos que impactarão de forma positiva na competitividade e imagem das firmas. Contudo, para esse processo de construção e implementação, são necessários disponibilizar recursos, tanto humano como humanos como financeiros. Dessa forma, podem ser complicadores no planejamento das firmas para que constituam modelos de negócios circulares num período de médio e curto prazo. A falta de recursos pode ser um fator que contribui para a demora da aplicação de modelos de negócios circulares.

Este estudo contribui com as arguições de Schaltegger et al. (2011), onde as aplicações de modelos de negócios circulares geram para as firmas importantes premissas para crescimento e permanência nos mercados como redução de custos, melhoria da imagem e relacionamento com as partes interessadas e acesso a novos mercados tanto interno como externo (Schaltegger et al., 2011) e também permite corroborar no entendimento de que assume-se a pesquisa como processo de mudança das nossas crenças e procura-se aprender que o melhor caminho para encontrar informações em que acreditar é escutar tantas sugestões e argumentos quantos forem possíveis para a construção do conhecimento e compreensão dos fenômenos organizacionais (Godoy et al., 2010).

Observou-se como lacunas no estudo e servem como sugestões para pesquisas futuras, compreender a dinâmica da inovação para novos Modelos de Negócios Circulares. Inovar nesses novos modelos, onde as firmas ainda buscam maneiras para iniciar as mudanças e transformações necessárias para a busca da sustentabilidade, torna-se um parâmetro para novos ensaios que podem utilizar o direcionamento qualitativo como abordagem de pesquisa para a busca dessas respostas bem como a gestão desses modelos e o processo de mudança organizacional que implicará nas firmas.

Referências

- Alves-Mazzotti, A. J. **Usos e Abusos do Estudo de Caso**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 36, n. 129, p.637-651, set. 2006.
- Andion, C.; Serva, M. A etnografia e os estudos organizacionais. In: GODOI, C. K. et al (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- Baden-Fuller, C.; Morgan, M. S. Business models as models. **Long Range Planning**, 43(2-3), 156–171, 2010. <http://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.02.005>.
- Baldassarre, B.; Calabretta, G.; Bocken, N. M. P.; Jaskiewicz, T. Bridging sustainable business model innovation and user-driven innovation: A process for sustainable value proposition design. **Journal of Cleaner Production**. v. 147, p. 175-186, 2017.
- Bandeira de Melo, R.; Silva, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, p. 147-179, 2006.
- Barber, K. D.; Beach, R.; Zolkiewski, J. Environmental sustainability: A value cycle research agenda. **Production Planning and Control**. v. 23, nº. 2-3, p. 105-119, 2012.
- Beer, M.; Voelpel, S. C.; Leibold, M.; Tekie, E. B. Strategic management as organizational learning: Developing fit and alignment through a disciplined process. **Long Range Planning**, v. 38, n. 5, p. 445-465, 2005.
- Belei, R. A.; Gimenez-Paschoal, S. R.; Nascimento, E. N.; Matsumoto, P. H. V. R. O uso de entrevista, observação e vídeo gravação em pesquisa qualitativa. **Cadernos de Educação**, FAE/PPGE/UFPEL, Pelotas, v. 30, p. 187-199, jan/jun. 2008.
- Birkin, F.; Cashman, A.; Koh, S. C. L.; Liu, Z. New sustainable business models in China. **Business Strategy and the Environment**. v. 18, nº. 1, p. 64-77, 2009.
- Birkin, F.; Polesie, T.; Lewis, L. A new business model for sustainable development: An exploratory study using the theory of constraints in nordic organizations. **Business Strategy and the Environment**. v. 18, nº. 5, p. 277-290, 2009.

Bittencourt, M. D. A. Developing sustainable business models within BOP contexts: Mobilizing native capability to cope with government programs. **Journal of Cleaner Production**, v. 129, p. 735–748, 2015.

Bittencourt M. D. A.; Barin-Cruz, L.; Pozzebon, M.; Poitras, J. E. Developing sustainable business models within BOP contexts: Mobilizing native capability to cope with government programs. **Journal of Cleaner Production**. v. 129, p. 735-748, 2016.

Bocken, N.; Boons, F.; Baldassarre, B. Sustainable business model experimentation by understanding ecologies of business models. **Journal of Cleaner Production**, 208, 1498–1512. doi:10.1016/j.jclepro.2018.10.159, 2019.

Bocken, N. M. P. Sustainable venture capital - Catalyst for sustainable start-up success? **Journal of Cleaner Production**. v. 108, p. 647-658, 2015.

Bocken, N. M. P. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. **Journal of Cleaner Production**, v. 65, p. 42–56, 2014.

Bocken, N. M. P.; Short, S. W.; Rana, P.; Evans, S. A literature and practice review to develop Sustainable Business Model Archetypes. **Journal of Cleaner Production**, 65, 42–56, 2014. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>, 2013.

Bocken, N.; Short, S.; Rana, P.; Evans, S. A value mapping tool for sustainable business modelling. **Corporate Governance - Bingley**. v. 13, nº. 5, p. 482-497, 2013.

Boons, F.; Montalvo, C.; Quist, J.; Wagner, M. Sustainable innovation, business models and economic performance: An overview. **Journal of Cleaner Production**. v. 45, p. 1-8, 2013.

Boons, F.; Freund, L. F. Business models for sustainable innovation: State of the art and steps towards a research agenda. **Journal of Cleaner Production**, v. 45, p. 9–19, 2013.

Borges, C.; Borges, M. M.; Ferreira, V. R. S.; Najberg, E.; Tete, M. F. Empreendedorismo Sustentável: Proposição De Uma Tipologia E Sugestões De Pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.1, p. 77-100, 2013.

Calvo, N.; Villarreal, O. Analysis of the growth of the e-learning industry through sustainable business model archetypes: A case study. **Journal of Cleaner Production**. v. 191, p. 26-39, 2018.

Chofreh, A. G.; Goni, F. A.; Klemes, J. J. Evaluation of a framework for sustainable Enterprise Resource Planning systems implementation. **Journal of Cleaner Production**. v. 190, p. 778-786, 2018.

Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. (orgs.) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, p. 15-41, 2006.

Deslauriers, J. P. **Recherche qualitative** - Guide pratique. Montreal: McGraw Hill. 1991.

Dias, R. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

Ellen MacArthur Foundation, EMF. Towards the circular economy - Vol. 1: **Economic and business rationale for an accelerated transition**. Isle of Wight. 2012.

Ellen MacArthur Foundation, EMF. (2013). Towards the Circular Economy. In: **Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition**, vol. 1. Ellen MacArthur Foundation available from: www.ellenmacarthurfoundation.org. 2013. Acesso em 05 set 2019.

Ellen MacArthur Foundation, EMF. Towards the circular economy 2: **Opportunities for the consumer goods sector**. Cowes, Isle of Wight. 2013.

Ellen MacArthur Foundation e Sun M. & Co. Growth Within; **a circular economy vision for a competitive Europe**. 2015.

Evans, S.; Vladimirova, D.; Holgado, M.; Van Fossen, K.; Yang, M.; Silva, E. A.; Barlow, C. Y. Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified

Perspective for Creation of Sustainable Business Models. **Business Strategy and the Environment**. v. 26, p. 597-608, 2017.

Freitas, H; Moscarola, J. Da observação à decisão: métodos de pesquisa e de análise quantitativa e qualitativa de dados. **RAE Eletrônica**, v. 1, n. 1, p. 2-30, jan/jun. 2002.

Geissdoerfer, M.; Bocken, N. M. P.; Hultink, E. J. Design thinking to enhance the sustainable business modelling process – A workshop based on a value mapping process. **Journal of Cleaner Production**. v. 135, p. 1218-1232, 2016.

Geissdoerfer, M.; Morioka, S. N.; Carvalho, M. M.; Evans, S. Business models and supply chains for the circular economy. **Journal of Cleaner Production**. v. 190, p. 712-721, 2018.

Godoy, A. S. Introdução à Pesquisa Qualitativa e suas possibilidades. Uma revisão histórica dos principais autores e obras que refletem esta metodologia de pesquisa em Ciências Sociais. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63 Mar/Abr, 1995.

Godoy, A. S. Refletindo sobre Critérios de Qualidade na Pesquisa Qualitativa. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, Recife, v. 3, n. 2, p.80-89, maio 2005.

Godoy, C. K.; Bandeira-de-Mello, R.; Da Silva, A. B. Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: **paradigmas, estratégias e métodos** (organizadores). [2.ed.]. São Paulo. Saraiva, 2010.

Goldenberg, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

Hogevold, N. M. A corporate effort towards a sustainable business model: A case study from the Norwegian furniture industry. **European Business Review**. v. 23, nº. 4, p. 392-400, 2011.

Ilic, D. D.; Eriksson, O.; Odlund, L.; Aberg, M. No zero burden assumption in a circular economy. **Journal of Cleaner Production**. v. 182, p. 352-362, 2018.

Jia, F.; Zuluaga-Cardona, L.; [Bailey](#), A.; [Rueda](#), X. Sustainable supply chain management in developing countries: An analysis of the literature. **Journal of Cleaner Production**. [v.189](#), p. 263-278, 2018.

Junior, A. N.; Oliveira, M. C.; [Helleno](#), A. L. Sustainability evaluation model for manufacturing systems based on THE correlation between triple bottom line dimensions and balanced scorecard perspectives. **Journal of Cleaner Production**. v. 190, p. 84-93, 2018.

Kurucz, E. C. Relational leadership for strategic sustainability: practices and capabilities to advance the design and assessment of sustainable business models. **Journal of Cleaner Production**, v. 140, n. March, p. 189–204, 2017.

Kurucz, E. C.; Colbert, B. A.; Lüdeke-Freund, F.; Upward, A.; Willard, B. Relational leadership for strategic sustainability: practices and capabilities to advance the design and assessment of sustainable business models. **Journal of Cleaner Production**. v. 140, p. 189-204, 2016.

Lüdeke-Freund, F.; Dembek, K. Sustainable business model research and practice: Emerging field or passing fancy? **Journal of Cleaner Production**. v. 168, p. 1668-1678, 2017.

Lüdke, M.; André, M. E. D. A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

Luz, B. Economia circular Holanda Brasil: **Da teoria à prática**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Exchange 4 Change Brasil, p. 170, 2017.

Ma, J.; Harstvedt, J. D.; Dunaway, D.; Bian, L.; Jaradat, R. An exploratory investigation of Additively Manufactured Product life cycle sustainability assessment. **Journal of Cleaner Production**. v. 192, p. 55-70, 2018.

Marchi, J. J.; Dellagnelo, E. H. L.; Erdmann, R. H. Pesquisa Qualitativa no Campo da Administração da Produção e Operações: Enlaces e Oportunidades de Aplicação. **III Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade**. João Pessoa/PB – 20 a 22 de novembro, 2011.

Morioka, S. N.; Bolis, I.; Evans, S.; Carvalho, M. M. Transforming sustainability challenges into competitive advantage: Multiple case studies kaleidoscope converging into sustainable business models. **Journal of Cleaner Production**. v.167, Pages 723-738, 2017.

Mokhtar, A. R. M.; Genovese, A.; Brint, A.; Kumar, N. Improving reverse supply chain performance: The role of supply chain leadership and governance mechanisms. **Journal of Cleaner Production**. doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.045, 2019.

Parida, V.; Burström, T.; Visnjic, I.; Wincent, J. Orchestrating industrial ecosystem in circular economy: A two-stage transformation model for large manufacturing companies. **Journal of Business Research**. doi:10.1016/j.jbusres.2019.01.006, 2019.

Pieroni, M. P.; McAloone, T. C.; Pigosso, D. C. A. Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches. **Journal of Cleaner Production**, 215, 198–216. doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.036, 2019.

Schaltegger, S.; Lüdeke-Freund, F.; Hansen, E. G. Business Cases for Sustainability and the Role of Business Model Innovation: Developing a Conceptual Framework. Luenesburg: **Centre for Sustainability Management (CSM)**, 2011.

Sharma, M. Development of a 'Green building sustainability model' for Green buildings in Índia. **Journal of Cleaner Production**. v. 190, p. 538-551, 2018.

Simon, B. What are the most significant aspects of supporting the circular economy in the plastic industry? **Resources, Conservation and Recycling**, 141, 299–300. doi:10.1016/j.resconrec.2018.10.044, 2019.

Tost, M.; Hitch, M.; Chandurkar, V.; Moser, P.; Feiel, S. The state of environmental sustainability considerations in mining. **Journal of Cleaner Production**. v. 182, p. 969-977, 2018.

Stubbs, W.; Cocklin, C. Conceptualizing a Sustainability Business Model. **Organization & Environment**, 21(2), 103–127. <http://doi.org/10.1177/1086026608318042>, 2008.

Tseng, M. L.; Chiu, A. S. F.; Tan, R. R.; Siriban-Manalang, A. B. Sustainable consumption and production for Asia: Sustainability through green design and practice. **Journal of Cleaner Production**. v. 40, p. 1-5, 2013.

Tukker, A. Product services for a resource-efficient and circular economy e a review, **Journal of Cleaner Production**. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.049>, 2013.

Tukker, A.; Tischner, U. New Business for Old Europe. Product-service Development as a Means to Enhance Competitiveness and Eco-efficiency. **Greenleaf Publishing**, Sheffield, UK, 2006b.

Upward, A.; Jones, P. An Ontology for Strongly Sustainable Business Models: Defining an Enterprise Framework Compatible With Natural and Social Science. **Organization and Environment**. v. 29, p. 97-123, 2015.

Vidich, A. J.; Lyman, S.M. Métodos qualitativos. Sua história na Sociologia e na Antropologia. In: Denzin, Norman K.; Lincon, Ivonna S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa**. Teoria e abordagens. Porto Alegre: Artmed, p.49, 2006.

Vieira, M. M. F. Por uma boa pesquisa qualitativa. In_____. (Org.) Vieira, M. M. F.; Zouain, D. M. **Pesquisa qualitativa em Administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 13-28, 2004.

Weissbrod, I.; Bocken, N. M. P. Developing sustainable business experimentation capability – A case study. **Journal of Cleaner Production**. V. 142, p. 2663-2676, 2017.

Whetten, D. A. O que constitui uma contribuição teórica? **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 3, p. 69-71, 2003.

Yang, M.; Evans, S.; Vladimirova, D.; Rana, P. Value uncaptured perspective for sustainable business model innovation. **Journal of Cleaner Production**. v. 140, p. 1794-1804, 2016.

Yin, R. K. Estudo de Caso: **Planejamento e Métodos**. Bookman editora, 2015.

Zaccarelli, L. M.; Godoy, A. S. "Deixa eu te contar uma coisa": Possibilidades do uso de narrativas e sua análise nas pesquisas em organizações. **Revista Gestão Organizacional**, v. 6, n. 3, 2013.