

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

Felipe Roberto de Souza Medeiros

ECOEMPREENDEDORISMO

Porto Alegre

2012

Felipe Roberto de Souza Medeiros

ECOEMPREENDEDORISMO

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Márcia Dutra de Barcellos

Porto Alegre

2012

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em especial à minha orientadora, professora Márcia Dutra de Barcellos, cujo apoio foi essencial no desenvolvimento deste trabalho e que encanta ao demonstrar verdadeiro interesse e paixão pelo ensino.

À minha família, em especial aos meus pais, pilares de sustentação em minha vida. Este trabalho é também resultado de toda dedicação deles para que eu sempre tivesse acesso às melhores escolas e oportunidades.

Aos ecoempreendedores que se disponibilizaram a participar desta pesquisa e cuja participação foi item indispensável para realização deste trabalho.

Aos meus colegas de curso, companheiros dos bons e maus momentos vividos durante os anos de graduação e que após cinco anos de jornada compartilhada posso com certeza chamar de grandes amigos.

Aos meus amigos, verdadeiros tesouros em minha vida.

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo identificar as razões que motivam novos empreendedores e empreendedores tradicionais a investir em negócios sustentáveis. Também foram identificados fatores relacionados à questão como o histórico empreendedor desses profissionais, perfil, vantagens e desvantagens encontradas nos ecorenegócios e suas perspectivas futuras para esse modelo de empreendimento. Como instrumento de pesquisa foi utilizado um questionário, composto por questões abertas e enviado via e-mail aos profissionais gestores de ecoempresas. As ecoempresas participantes são de variados setores de atuação o que permite uma visão do assunto proveniente de várias áreas. O resultado identificou que os princípios pessoais e o desejo de trabalhar com algo que contribua para a sustentabilidade tem sido o principal fator motivador da abertura das ecoempresas, superando os motivos financeiros e as oportunidades de mercado. Foi constatada a ausência de incentivos governamentais efetivos no desenvolvimento e na venda de novos produtos sustentáveis. Em relação ao perfil e histórico ecoempreendedor constatou-se que os ecoempreendedores possuem idades variadas, sendo desde jovens estudantes até profissionais com largo histórico de trabalho. Quanto às perspectivas futuras dos ecoempreendedores sobre o setor há a crença positiva que toda a atenção e divulgação geradas pelos meios de comunicação, implicará a continuidade do crescimento do número de ecoempresas e o desenvolvimento de uma cultura sustentável.

Palavras chave: ecoempreendedorismo, gestão sócio-ambiental, sustentabilidade.

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	5
1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1 PROBLEMA	9
1.2 JUSTIFICATIVA	10
2. OBJETIVOS.....	11
2.1 Objetivo Geral	11
2.1.2 Objetivos específicos.....	11
3. REVISÃO TEÓRICA	12
3.1 Histórico das questões ambientais.....	12
3.2 Gestão socioambiental estratégica.....	14
3.3 Desenvolvimento Sustentável.....	15
3.4 O Empreendedorismo	17
3.4.1 O empreendedor	18
3.4.2 O perfil do empreendedor.....	19
3.5 Ecoempreendedorismo e ecoempreendedor	21
3.5.1 Oportunidades do verde.....	22
3.5.2 Desafios do verde	24
3.6 Medidas governamentais	25
3.7 Certificação e selos ambientais.....	26
4. METODOLOGIA.....	28
4.1 Instrumento de Pesquisa	28
5. DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES	29
5.1 Empresa A	29
5.2 Empresa B.....	30
5.3 Empresa C.....	31
5.4 Empresa D	31
6. RESULTADOS	32
6.1 Análise com relação à idade, formação e histórico empreendedor	32
6.2 Análise do perfil do ecoempreendedor.....	32
6.3 Das dificuldades, vantagens/ desvantagens e medidas de governo.....	33
6.4 Certificações e selos verdes	35
6.5 Quanto às perspectivas futuras para os econegócios.....	36

6.3 Quanto à escolha do empreendimento sustentável	36
7. CONCLUSÃO.....	38
7.1 Limitações e sugestões de pesquisa.....	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	42

1. INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas no planeta e as próprias mudanças do mercado exigem cada dia um esforço maior das organizações para que essas se mantenham adequadas a sobreviver em um ambiente de crescente competitividade. A forma como as organizações trabalham com as questões do meio ambiente se tornou chave no planejamento do negócio e na definição das políticas a serem utilizadas.

Os stakeholders envolvidos com as organizações exercem novas pressões demandando mudanças na condução do seu negócio. A imagem da organização passou a ser muito prejudicada quando essa age em desacordo com as normas ambientais, trazendo prejuízos que afetam a competitividade e dificultam a permanência destacada no mercado. A grande maioria das organizações já busca adequar seu negócio ao novo pensamento global e usufruir de seus benefícios. Apesar disso, ainda existem grandes corporações que ignoram a mudança de comportamento do mercado e que enxergam as práticas sustentáveis apenas como prejuízo financeiro.

Paralelamente às questões ambientais cresce o interesse global em estudar temas relacionados ao empreendedorismo visto que a geração de novos negócios estimula a economia e a geração de riqueza. O empreendedorismo tem se apresentado como um modelo através do qual é possível reformar ou revolucionar o padrão atual, experimentando novas tecnologias de produção, gerando novas gamas de materiais e oportunidades a serem exploradas.

A associação desses dois temas cria a figura do ecoempreendedor, indivíduo que aproveitando de oportunidades no mercado da sustentabilidade irá recombina recursos de maneira inovadora gerando novos negócios e produtos que ao mesmo tempo sejam rentáveis e também promovam a proteção do meio ambiente. O surgimento, crescimento e sucesso desses novos negócios traz às grandes organizações a necessidade de repensar seu modelo de negócio e estimula o interesse nas questões sustentáveis.

Este trabalho buscará identificar as razões que estão motivando empreendedores tradicionais a investir em novos negócios associados à sustentabilidade. Serão estudados também o perfil desses ecoempreendedores, as vantagens e desvantagens encontradas nos empreendimentos verdes, a existência

de medidas governamentais que incentivem o surgimento de novas ecoempresas, o uso e a percepção dos ecoempreendedores quanto a selos e certificações ambientais e as perspectivas futuras para o segmento. Espera-se que os resultados possam contribuir no estímulo ao surgimento de novas empresas sustentáveis.

1.1 PROBLEMA

O desafio de empreender tem sido o caminho escolhido por muitas pessoas desde jovens recém saídos da faculdade até profissionais com muitos anos de carreira. A busca por maior autonomia profissional desperta o desejo de se ter o próprio negócio.

A ação empreendedora tem enorme importância para a sociedade. Empreendedores estão permanentemente buscando formas de tornar seu negócio mais sólido, assumindo diversos riscos em prol da prosperidade. Sobre os empreendedores Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008, pg. 3) julgam que:

Esses indivíduos, capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorando processos produtivos ou até mesmo desenvolvendo inovações que geram riquezas e aumentam o bem-estar das pessoas, são fundamentais para o desenvolvimento da sociedade, promovendo nela maior mobilidade.

Com o crescimento da preocupação com as questões sustentáveis, a consciência ecológica e social tem gerado oportunidades econômicas significativas para a criação de novos negócios e serviços associados aos conceitos da sustentabilidade. Uma pesquisa realizada pelo IBOPE em 2007 revelou que 85% dos consumidores estariam dispostos a pagar mais por produtos ambientalmente corretos. Assim, um novo tipo de empreendedor que vê oportunidade de lucro onde os outros enxergam rejeito e prejuízo surgiu. Essa figura, o ecoempreendedor, adiciona sua capacidade de inovação e criação às diversas oportunidades de negócio associadas ao meio-ambiente.

Este estudo busca esclarecer dentre outros pontos destacados nos objetivos, o que leva um empreendedor a investir no ramo da sustentabilidade. **São os ganhos financeiros e as oportunidades de um mercado em expansão e ainda pouco explorado, a oportunidade de colaborar na luta pela preservação do planeta, ou a soma de ambos?**

1.2 JUSTIFICATIVA

A gestão ambiental tem tido cada vez mais destaque na mídia mundial, reflexo da crescente importância que tem sido dada às questões envolvendo o meio ambiente. A consciência ecológica da sociedade e a escassez de recursos cada vez mais evidente levam à necessidade de aprofundamento da questão. O meio ambiente deixou de ser um tema secundário para se incorporar diretamente no planejamento das organizações. Apesar disso ainda é pouco clara a maneira como as organizações estão tratando do assunto e quais os reais reflexos no seu negócio.

Em uma sociedade que apresenta um perfil cada vez mais preocupado com as questões ambientais, tornou-se fator de sobrevivência no futuro para as organizações adequar seu negócio a essa nova realidade. A forma como os clientes e os demais stakeholders enxergam a organização é elemento estratégico na obtenção de melhores resultados e condições de atuação da empresa, influencia possíveis mudanças nas políticas a serem adotadas no futuro e até a obtenção de melhores condições junto a algumas instituições bancárias.

Nesse cenário a figura do ecoempreendedor, sujeito capaz de criar demandas através da inovação, se destaca, impulsionando o mercado dos negócios “verdes”. O ecoempreendedorismo alcança no século XXI a mesma importância no desenvolvimento econômico e social obtida pelo empreendedorismo nos séculos anteriores. Estimula a mudança nos atuais modelos de produção e a procura por novas tecnologias e processos que não só deixem de gerar prejuízos ao meio ambiente como produzam benefícios através da reutilização de materiais atualmente considerados sem valor e que agredem o planeta.

O ecoempreendedor busca novas oportunidades de gerar renda, acrescentando nessa busca o objetivo de atender as necessidades atuais sem comprometer a capacidade de produção, a qualidade de vida das gerações futuras e de preservar o ambiente em que vivemos.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

O objetivo principal do trabalho é estudar o que leva um empreendedor à investir em negócios que promovem a sustentabilidade e os desafios enfrentados nesse segmento de mercado.

2.1.2 Objetivos específicos

De modo a organizar o estudo foram definidos os objetivos específicos:

- a) Identificar o perfil do ecoempreendedor.
- b) Identificar as vantagens e desvantagens do econegócio.
- c) Verificar se existem medidas governamentais para quem investe em negócios sustentáveis.
- d) Verificar o uso de selos e certificações ambientais
- e) Identificar as perspectivas futuras no segmento.

3. REVISÃO TEÓRICA

3.1 Histórico das questões ambientais

Segundo Albuquerque (2009), a crescente exposição na mídia sobre os danos que as organizações vêm causando ao meio ambiente fez surgir a preocupação sobre as condições futuras de operação das mesmas. Ainda segundo o autor, a melhoria do nível educacional e a capacidade de disseminação das informações provocaram o surgimento de um mercado mais exigente que pressiona as empresas a adotar modos de atuação responsáveis.

De acordo com Nascimento, Lemos e Mello (2008, pg. 57):

A preocupação com os efeitos ou impactos ambientais decorrentes da ação do homem no ambiente natural passou a merecer maior atenção a partir da década de 1950, motivada pela queda da qualidade de vida em algumas regiões do planeta. Surgiram movimentos ambientalistas em diversos países e foram criadas entidades não-governamentais sem fins lucrativos, assim como agências governamentais voltadas para a proteção ambiental.

No final da década de 60, um grupo de cientistas alertou sobre os riscos do crescimento econômico permanente baseado na exploração intensa de recursos naturais não-renováveis. Utilizando de modelos matemáticos, o relatório chamado *Limits to Growth* (Limites ao Crescimento), fazia projeções sobre o consumo dos recursos sem reposição natural e sobre o aumento da demanda, concluindo que o resultado final seria o esgotamento total desses recursos. O relatório gerou polêmica na comunidade internacional, pois em suas conclusões recomendava a estagnação do crescimento e a administração dos recursos não-renováveis de modo a prolongar a sua existência, e isso, os países em desenvolvimento interpretavam como o impedimento dos mesmos de alcançar os patamares de desenvolvimento econômico dos países ditos desenvolvidos.

Para Nascimento, Lemos e Mello (2008, pg. 57), “no entanto, o documento foi importante, pois alertou sobre os perigos da exploração dos recursos e sobre a degradação do ambiente, despertando uma consciência ecológica mundial”. Como reflexo dessa mudança de consciência acontece em 1972 a I Conferência Mundial

sobre Meio Ambiente, organizada pela ONU que ficou conhecida como a Conferência de Estocolmo.

A década de 1970 ficou conhecida como a da regulamentação e do controle ambiental e após a Conferência de Estocolmo, as nações começaram a estruturar seus órgãos ambientais e a estabelecer suas legislações. Poluir tornou-se crime em diversos países. Devido à crise energética causada pelo aumento do preço do petróleo, questões relativas ao melhor uso da energia e a busca por outros tipos de combustíveis menos poluentes eram discutidas. Nos anos 80, a proteção ambiental passa a ser vista pelos gestores das empresas de outra forma, representando dali em diante uma necessidade de reduzir os desperdícios e evitar prejuízos à imagem devido ao descaso com as questões ambientais.

Segundo Nascimento, Lemos e Mello, (2008, pg. 59):

Na década de 90 a sociedade estava mais consciente da importância de manter limpo o ambiente em que vive. Um número maior de pessoas passou a valorizar o equilíbrio ambiental e a entender que o efeito nocivo de um resíduo ultrapassa os limites da área em que foi gerado ou disposto.

Em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada na cidade do Rio de Janeiro e que ficou conhecida como Cúpula da Terra ou Rio 92, resultou em documentos importantes como a Carta da Terra e a Agenda 21. Dez anos depois em 2002 ocorreu na África do Sul a Cúpula Rio+10 que procurou fazer um balanço dos resultados obtidos após a Rio 92.

O ano de 2005 ficou marcado pela importante entrada em vigor do Protocolo de Kyoto, acordo para redução de emissão de gases estufa na atmosfera. Com a adesão da Rússia, totalizaram-se 55 países que respondiam por 55% das emissões globais.

Realizada em 2010, a 16ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças do Clima (COP-16) teve uma série de acordos fechados. Um deles foi a criação do Fundo Verde do Clima, para administrar o dinheiro que os países desenvolvidos se comprometeram a contribuir para deter as mudanças climáticas. São previstos US\$ 30 bilhões para o período 2010-2012 e mais US\$ 100 bilhões anuais a partir de 2020. Outro acordo foi a manutenção da meta fixada na COP 15 (em Copenhague)

de limitar a um máximo de 2°C a elevação da temperatura média em relação aos níveis pré-industriais.

No Brasil grandes organizações vêm utilizando práticas de gestão ambiental. O Bradesco é o maior destaque. Em um estudo da revista Newsweek aparece em 4º lugar no ranking mundial das 500 empresas mais verdes. Para a revista, se os governos estão hesitantes em abraçar a economia de baixo carbono o mesmo não pode ser dito da iniciativa privada.

3.2 Gestão socioambiental estratégica

Para Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 18):

A gestão socioambiental estratégica (GSE) de uma organização consiste na inserção da variável socioambiental ao longo de todo o processo gerencial de planejar, organizar, dirigir e controlar, utilizando-se das funções que compõem esse processo gerencial, bem como das interações que ocorrem no ecossistema do mercado, visando a atingir seus objetivos e metas da forma mais sustentável possível.

A GSE pode ser usada na investigação das causas e conseqüências da poluição e as maneiras de se corrigir os problemas, mas para que a GSE seja efetiva é necessário transparência ao longo do processo e o engajamento dos gestores da organização, inclusive com a adequação dos objetivos organizacionais à GSE.

A GSE é um passo importante para as organizações que decidem assumir seu papel de responsabilidade com a sociedade e o meio ambiente e adequar seus processos às melhores práticas ambientais, colaborando com a disseminação da sustentabilidade no pensamento global. É essencial para que a organização consiga efetivamente ser “verde” e não apenas usufruir de uma imagem falsa construída apenas visando a obtenção de vantagens financeiras. Quando as altas direções organizacionais inserem a questão socioambiental na gestão administrativa, integrando-a à missão da organização, ela passa a fazer parte do planejamento estratégico, tático e operacional, e chega ao caminho da excelência socioambiental.

3.3 Desenvolvimento Sustentável

Os impactos ambientais causados pelo modelo produtivo contemporâneo serviram de alerta para que o homem, preocupado com a preservação da qualidade de vida e do ambiente, repensasse o modelo de crescimento econômico atual - baseado na exploração dos bens naturais oferecidos pela natureza, sem qualquer cuidado com a conservação desses recursos. Essa nova forma de pensar, após alguns anos de evolução resultou no conceito de desenvolvimento sustentável.

Segundo Albuquerque (2009, pg. 89):

Se anteriormente o conceito de desenvolvimento aparecia como antagônico ao de meio ambiente, uma postura diferente, ligada à idéia de desenvolvimento sustentável, começa a ser socialmente construída. Essa idéia pressupõe um modelo de desenvolvimento sustentável que proporcione equidade, em termos sociais, eficiência econômica e ecológica.

O relatório Brundtland é o documento mais reconhecido no que se refere ao início da utilização da expressão desenvolvimento sustentável, e traz uma das definições mais conhecidas e utilizadas. Segundo o documento, o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades das gerações presentes sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem suas próprias necessidades.

O documento elaborado por peritos em questões ambientais defende que a sustentabilidade será inviável se não ocorrerem mudanças drásticas nas formas atuais de desenvolvimento. Destaca também três dimensões fundamentais do desenvolvimento sustentável que são:

- Proteção ambiental
- Crescimento econômico
- Equidade social

(Constanza,1991) acredita que:

o conceito de desenvolvimento sustentável deve ser inserido na relação dinâmica entre o sistema econômico humano e um sistema maior, com taxa de mudança mais lenta, o ecológico. Para ser sustentável, essa relação deve assegurar que a vida humana possa continuar indefinidamente, com crescimento e desenvolvimento da sua cultura, observando-se que os efeitos das atividades humanas permaneçam dentro de fronteiras adequadas, de modo a não destruir a diversidade, a complexidade e as funções do sistema ecológico de suporte à vida.

Para Veiga (2005, pg. 187), a expressão desenvolvimento sustentável se legitimou para afirmar a possibilidade dos objetivos do crescimento econômico contínuo e da conservação do meio ambiente serem compatíveis.

A passagem para um modelo sustentável exige esforço e comprometimento de todos os envolvidos na organização e a disposição dos gestores para realizar as mudanças necessárias.

Albuquerque (2009, pg. 53) afirma que:

essa passagem de uma empresa “tradicional” para uma empresa chamada verde, ou social e ambientalmente comprometida com os seus consumidores e fornecedores, traduz uma visão que vem se consolidando nas últimas décadas.

Ainda segundo o autor, o investimento em cuidados ambientais, possibilitou a essas empresas uma melhoria da imagem, aumento da simpatia dos clientes e um crescimento superior às outras organizações que ainda permanecem indiferentes ao assunto.

Sachs (2004, pg. 17) afirma que: “a transição para o desenvolvimento sustentável começa com o gerenciamento de crises, que requer uma mudança imediata de paradigma, passando-se para um modelo de crescimento baseado na mobilização de recursos internos”.

Este novo cenário, associado à melhoria do nível educacional e à facilidade e rapidez no acesso às informações salientou que o equilíbrio entre o desempenho econômico, social e ambiental seria necessário para a sobrevivência das organizações a longo prazo. Porém, esse mesmo marco também determina um grande desafio, pois as empresas precisam responder rapidamente e se adequarem

a novos mercados, novas legislações e critérios de controle, sem, no entanto, perderem seu objetivo primário que é a obtenção de lucro.

O salto do desenvolvimento sustentável está associado ao empreendedorismo, motor do surgimento de novos negócios, inclusive os associados à proteção ambiental.

3.4 O Empreendedorismo

Para Salim, (2004, pg. 2), a chama do empreendedorismo começa a atuar quando a pessoa pensa em como seria a sua vida a partir da perspectiva de ter o poder de decidir como seu próprio negócio será conduzido.

Popularmente o empreendedorismo é visto apenas como o ato de abrir um negócio, mas dependendo do autor podemos encontrar diferentes definições para o termo. Schumpeter foi o primeiro a relacionar empreendedorismo com inovação, embora não tenha sido o precursor no tratamento da questão.

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009, pg. 30):

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Para Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008, pg. 1) é um: "processo dinâmico pelo qual pode-se gerar mais riquezas."

É possível ver a similaridade de termos semelhantes nessas definições como risco, criatividade e inovação. Todavia é preciso ressaltar que elas podem ser vistas de perspectivas conceituais distintas, uma vez que o empreendedorismo atua em nas mais diversas áreas.

Observa-se assim a dificuldade de estudiosos e pesquisadores em elaborar uma exata definição para o termo. Alguns acreditam que tais dificuldades se

originam da distorçam de alguns conceitos devido a concepções equivocadas que foram disseminadas ao longo do tempo.

Na grande maioria de definições que podemos encontrar de empreendedorismo há o consenso acerca da ligação do mesmo com determinado tipo de comportamento que abrange a capacidade de iniciativa, de organizar e reorganizar as ferramentas de que dispõe e aceitar a possibilidade de sucesso ou fracasso.

Ainda, para Hisrich, Peters e Shepherd (2009, pg. 43):

O estudo do empreendedorismo é relevante atualmente, não só porque ajuda os empreendedores a melhor a suas necessidades pessoais, mas também devido à contribuição econômica de novos empreendimentos. Mais do que aumentar a renda nacional através da criação de novos empregos, o empreendedorismo atua como uma força positiva no crescimento econômico ao servir como ponte entre a inovação e o mercado.

O estudo do empreendedorismo ainda é considerado recente quando comparado com as outras ciências. O fato de ações empreendedoras ocorrerem em todas as áreas faz com que o empreendedorismo seja objeto de interesse de estudo das mais diversas ciências, contribuindo, assim, para o desenvolvimento da teoria a respeito do assunto.

3.4.1 O empreendedor

O empreendedor é o principal agente do empreendedorismo. É o indivíduo que vai assumir os riscos e iniciar algo novo. Sua função é transformar os padrões de produção explorando novos métodos de trabalhar, novidades ainda não experimentadas, possibilitando o surgimento de novos produtos e serviços.

O conceito de empreendedor evoluiu ao longo do tempo à medida que a estrutura econômico-social mundial tornou-se mais complexa. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009, pg. 28), na Idade Média o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Nesses projetos o indivíduo era apenas um administrador que usava os recursos que lhe eram oferecidos. Não corria riscos. A ligação do risco com o empreendedorismo surgiu a partir do século XVII, pois os contratos firmados entre

governo e empreendedor para fornecimento de produtos ou prestação de serviços tinham valor fixo e todos os lucros ou perdas resultantes eram do empreendedor.

O economista austríaco Schumpeter (1959), responsável pelos estudos mais concretos na área, associa o empreendedor ao desenvolvimento da economia, à inovação e ao aproveitamento das oportunidades em negócios. Segundo (FARAH, 2008 *apud* SCHUMPETER, 1959):

O empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos eficientes e mais caros.

Dornelas (2005, pg. 19) define os empreendedores como: “Pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

As variadas definições demonstram que o empreendedor é o indivíduo que busca continuamente novas soluções que adicionem ao seu negócio maior solidez e competitividade. É visto como uma pessoa ativa, arrojada e disposta a colaborar.

Schumpeter (1959), acreditava que o papel do empreendedor perderia importância com a modernização da tecnologia e com o domínio das grandes organizações sobre a economia. Contudo, aconteceu o contrário e as grandes empresas passaram a ser ameaçadas pelas menores. O apreço pelo risco e a capacidade de iniciativa dos empreendedores se tornaram ainda mais importantes. Além disso, a crise econômica global que atingiu até grandes potências, fomentou a necessidade da capacidade inovadora e criativa dos empreendedores no desenvolvimento de novos negócios capazes de amenizar os problemas gerados pela crise.

3.4.2 O perfil do empreendedor

Diversos estudos promovidos por instituições detectaram características comportamentais de pessoas empreendedoras. Tais estudos também serviram para o desenvolvimento de técnicas de treinamento que auxiliassem na aquisição e

estímulo dessas características. Para (FARAH, 2008 *apud* DEGEN, 1989): “nenhum empreendedor nasce com o conhecimento e a experiência necessários para identificar e avaliar negócios”. O autor também afirma que o empreendedor é aquele que observa constantemente outros negócios em busca de novas oportunidades.

O professor e pesquisador Louis Jacques Filion, referência no estudo do empreendedorismo aponta quatro principais qualidades encontradas nos empreendedores de sucesso (Salim 2004, pg. 4):

- “prisma de visão” de mundo cristalino, capaz de “enxergar o ovo de Colombo;
- Excepcional capacidade na canalização de energia para alcançar metas;
- Qualidade dos relacionamentos;
- Liderança.

Oswaldo Elias Farah, Marly Cavalcanti e Luciana Passos Marcondes (2008, pg. 6) adaptaram características de diversas fontes, resultando no seguinte grupo de características comuns aos empreendedores:

- Capacidade de assumir riscos calculados
- Aproveitar oportunidades, iniciativa e vontade.
- Conhecimento do ramo empresarial
- Planejamento e senso de organização
- Liderança, comprometimento pessoal e otimismo.
- Persistência e espírito empreendedor
- Autoconfiança e independência pessoal

Segundo Salim (2004, pg. 3), quanto às características dos empreendedores: “o que é demonstrado em diversas pesquisas empíricas é a existência de um conjunto de atitudes comuns aos empreendedores de sucesso, que permite concluir que há atitudes empreendedoras e não propriamente um perfil empreendedor”.

3.5 Ecoempreendedorismo e ecoempreendedor

A situação do meio ambiente trouxe a humanidade a necessidade do desenvolvimento de novas alternativas de utilização dos recursos. Nesse contexto surgem diversas oportunidades de empreendimento que impulsionam o surgimento de um novo tipo de empreendedorismo orientado na busca de negócios que propiciem o retorno financeiro mas que simultaneamente gerem benefícios ao meio ambiente e a sociedade: o ecoempreendedorismo.

O ecoempreendedorismo é o segmento de mercado focado em produtos e serviços que contribuam na solução dos problemas ambientais. É transformar, inovar, correr riscos, mas atendendo aos princípios de um desenvolvimento sustentável. O Ecoempreendedorismo contribui para a sustentabilidade, reforça a competitividade das empresas, melhora os indicadores em termos econômicos e ecológicos, impulsionando o crescimento de empresas que promovem a sustentabilidade.

Para Albuquerque (2009, pg. 275), “o ecoempreendedorismo pode promover o surgimento de uma cultura ecoempreendedora e criar um ambiente favorável à implantação de um programa de ecoempresas”. Ainda segundo o autor, para isso é preciso reforçar as ações na área de educação e a formação em ecoempreendedorismo.

O ecoempreendedor acrescenta às características comuns do empreendedor o interesse pessoal em novos empreendimentos associados ao mercado da sustentabilidade. Busca conciliar as possibilidades de lucro nesse mercado repleto de oportunidades à preservação do meio ambiente.

Mas é necessária a consciência de que um ecoempreendedor sozinho não será capaz de anular todos os prejuízos causados ao planeta. É necessário um esforço coletivo de todos os atores envolvidos como governantes, cidadãos, organizações para que seja possível alcançar resultados que tornem o mundo mais habitável.

3.5.1 Oportunidades do verde

Um ecoempreendedor dispõe de uma significativa gama de oportunidades de empreendimento. O mercado verde ganha cada vez mais destaque com os consumidores e seu produto é altamente valorizado. As opções vão desde a combinação de novos negócios que surgirem diretamente para abordar problemáticas ambientais até o “esverdeamento” de empresas convencionais.

O ecoempreendedor pode investir no rico mercado do reaproveitamento do lixo. Visto pela maioria apenas como rejeito, esses materiais escondem uma série de oportunidades de negócios que podem se mostrar altamente rentáveis. É possível trabalhar apenas com o recolhimento e separação do material e a posterior venda para fábricas que utilizaram na produção de novos produtos ou matéria-prima, assim como pode o próprio ecoempreendedor reutilizar o material na criação de novos bens. É possível transformar restos de alimentos em fertilizantes, óleo de motor em lubrificantes, plástico em produtos de uso variado.

O ecoempreendedor pode desenvolver novas tecnologias de produção, transformando produtos existentes no mercado em variantes que agridam menos o meio ambiente. Albuquerque (2009, pg. 285) cita as seguintes oportunidades:

- Alimentos sem pesticidas, isentos de químicos ou sintéticos e embalados com materiais recicláveis e biodegradáveis;
- Produtos sem derivado de petróleo como detergentes, ceras, produtos de higiene pessoal;
- Tintas, vernizes, colas adesivas e outros produtos produzidos sem componentes tóxicos prejudiciais ao meio ambiente.
- Lâmpadas que duram mais, consumindo assim menos energia elétrica;
- Alternativas sustentáveis para embalagens plásticas.

Berle (1992) afirma que o empreendedor verde pode mostrar como:

1. Desenvolver processos de fabricação não-poluentes e seguros para o meio ambiente.
2. Desenvolver procedimentos de reciclagem seguros.
3. Educar funcionários e clientes para que assumam atitudes conscientes com relação ao meio ambiente.

Outro segmento de negócios que não pode ser descartado do cenário econômico e que vem assumindo relevância é aquele relativo ao ecoturismo. É possível explorar a vontade das pessoas de se verem integradas ao meio ambiente e esse setor movimenta quantias generosas de dinheiro. As oportunidades surgem também no momento de se buscar o suporte financeiro de um eonegócio, com o aumento de benefícios e facilidades obtidos por investidores verdes junto às instituições financeiras na hora de se obter um empréstimo.

Na construção civil as chamadas construções sustentáveis caracterizadas pela presença de painéis de energia solar, captação de água da chuva, utilização de materiais novos recicláveis que possam ser usados nas reformas, fonte de energia eólica, filtros e sensores de dióxido de carbono que melhoram a qualidade do ar interno e aproveitamento de ventilação e iluminação naturais propiciam economia de até 30% de energia e 50% de água, além da grande redução na geração de resíduos sólidos. Tais edificações adquirem consideráveis acréscimos no seu valor final.

Detentor da maior biodiversidade do planeta, o extenso território brasileiro abriga uma grande variedade de ecossistemas dotados de climas favoráveis e recursos hídricos abundantes. Além disso, o país possui notório conhecimento científico nas áreas da biologia e da agronomia o que permite buscar simultaneamente avanços tecnológicos de produtividade e sustentabilidade ambiental.

Sachs (2008, pg. 130) afirma que:

Nenhum outro país do mundo reúne condições igualmente favoráveis à criação gradual de uma nova civilização sustentável dos trópicos, baseada na exploração sistemática do trinômio biodiversidade-biomassas-biotecnologias, estas últimas aplicadas nas duas pontas para aumentar a produtividade das biomassas e abrir o leque dos produtos dela derivados.

O Brasil destaca-se assim como o país com maior potencial de impulsão dos negócios sustentáveis e do desenvolvimento de uma cultura ecoempreendedora que possa expandir-se para o resto do mundo.

3.5.2 Desafios do verde

O ecoempreendedorismo é uma nova fronteira de mercado, o que exige constantes cuidados do ecoempreendedor com as dificuldades inerentes de qualquer negócio inovador. É preciso construir uma cultura ecoempreendedora que faça com que todos os envolvidos no negócio tenham uma consciência verde e ter atenção constante com tudo que acontece na área ambiental como mudanças na legislação e na evolução da consciência pública.

Há o risco da chamada “fadiga verde”. Se o negócio se classifica como verde, algumas pessoas podem pensar que benefício do produto é apenas ser verde ao invés de ser um benefício adicional a um produto já qualificado.

Outra das barreiras existentes é o fato dos produtos verdes ainda serem mais caros que seus concorrentes normais, o que ainda impede uma aceitação maior desses produtos por parte da população. O processo produtivo de produtos ecológicos muitas vezes ainda é mais caro ou difícil o que contribui para os preços mais elevados.

É essencial a consciência do ecoempreendedor que o econegócio é um negócio como outro qualquer e que os riscos de insucesso são os mesmos se os princípios de uma boa administração não forem aplicados.

3.6 Medidas governamentais

O governo brasileiro vem tomando medidas objetivando a progressão rumo a uma economia mais sustentável. O Ministério do Planejamento regulamentou alguns critérios a serem aplicados em licitações do Governo Federal. Os critérios foram feitos para incentivar os fornecedores e as construtoras a criar produtos e serviços ambientalmente sustentáveis. Nos últimos anos diversos instrumentos legais foram editados. Como exemplos mais recentes podem ser citados a Política Nacional sobre Mudança do Clima, de 2009, e a Política Nacional de Resíduos Sólidos, de 2010.

Desde 2010 está disponível para consulta pública o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS). O documento se propõe a mudar a cultura e disseminar conceitos na base da sociedade e na elite dirigente do país. Apresenta uma série de ações que estimulam a mudança de comportamento no que diz respeito à produção e consumo, envolvendo:

- aumento da reciclagem;
- educação para o consumo sustentável;
- agenda ambiental na administração pública;
- compras públicas sustentáveis;
- construções sustentáveis;
- varejo e consumo sustentáveis.

O plano elenca 17 prioridades, sendo que duas dessas se relacionam diretamente com as novas atividades ecoempreendedoras:

I - Fomento a produção e consumo sustentáveis – Através de iniciativas obtém o comprometimento dos gastos públicos e do sistema bancário que passam a considerar cada vez mais os critérios de sustentabilidade na oferta de crédito e financiamento e no momento da compra de produtos e serviços, estimulando o crescimento dos econegócios.

II - Estímulo à criação e expansão de negócios/mercados com inclusão social e menor impacto ambiental – Busca disseminar novos modelos e praticar corporativas que promovam além da inclusão social o estímulo ao desenvolvimento de produtos e processos inovadores que contribuam para o desenvolvimento de maneira sustentável.

Outras temáticas importantes devem ser incluídas no plano após a sua primeira revisão que está prevista para o ano de 2014.

O mais importante a se destacar nessa questão é que mesmo que as medidas ainda sejam insuficientes, já é visível uma crescente atenção aos problemas ambientais e a necessidade de estímulo aos empreendimentos que fomentam a sustentabilidade.

3.7 Certificação e selos ambientais

Em 1996, a ISO (*International Organization for Standardization*), organização não-governamental sediada em Genebra na Suíça, que desenvolve e publica normas técnicas em nível mundial, lançou a série de normas ISSO 14000. As normas estabelecem as diretrizes para auditorias ambientais, avaliação de desempenho ambiental, rotulagem ambiental e análise do ciclo de vida dos produtos, possibilitando a transparência da organização e de seus produtos em relação aos aspectos ambientais e viabilizando harmonizar os procedimentos e diretrizes aceitos internacionalmente, com a política ambiental por ela adotada.

Para Savi (2008), “a adoção das normas da série ISO 14000 vem, cada vez mais, se tornando instrumento de competitividade entre as empresas, sobretudo no comércio internacional”.

Os rótulos ambientais são selos de comunicação que visam dar informações ao consumidor a respeito do produto. A rotulagem ambiental caracteriza-se por um processo de seleção de matérias-primas produzidas de acordo com especificações ambientais. O selo verde identifica os produtos que causam menos impacto ao meio ambiente em relação aos seus similares.

De acordo com Nascimento, Lemos e Mello (2008, pg. 207), “os selos verdes conferem ao produto rotulado uma diferenciação em relação a seus competidores e são expedidos por terceiras partes”.

Nos anos 2000 houve uma explosão de selos verdes. Só de agricultura orgânica são hoje cerca de vinte selos no Brasil, como por exemplo, o da ABIO (Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro) e da ANC (Associação de Agricultura Natural de Campinas e Região). O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) criou selos que medem a eficiência energética como o Procel e o Conpet. Os Estados Unidos possuem desde 1989 o Green Seal e a União Européia desde 1992 o Ecolabel, selos que contribuem para a identificação de produtos efetivamente sustentáveis.

Adequar as empresas aos critérios de sustentabilidade implica a necessidade de investimento para capacitação dos envolvidos e também para possíveis aquisições de equipamentos e tecnologias. O alto custo de investimento faz com que muitos empreendedores deixem em segundo plano a obtenção dessas certificações e dos selos para seus produtos, apesar das possíveis vantagens que eles trazem.

4. METODOLOGIA

A pesquisa científica utiliza dos mais diversos métodos, tendo a escolha sido feita de acordo com os objetivos do trabalho para o melhor alcance do que foi proposto. Este estudo é uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo. Segundo Godoy (1995, pg. 58):

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

A coleta dos dados foi realizada durante os meses de maio e junho de 2012. Foram selecionadas empresas que tivessem atuação no estado do Rio Grande do Sul. No total foram contatadas cinco empresas sendo que quatro empresas dessas se disponibilizaram a participar da pesquisa. O questionário foi enviado por e-mail.

4.1 Instrumento de Pesquisa

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário com questões abertas que permitem ampla liberdade de resposta ao participante da pesquisa. Segundo Gil (2008, pg. 121):

Construir um questionário consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa.

Ainda segundo o autor o questionário possibilita atingir um número maior de pessoas, mesmo que estejam em locais distantes, pois o instrumento pode ser enviado por e-mail.

O questionário foi elaborado com base nos temas mais citados na literatura utilizada no trabalho. As questões envolvendo o perfil e características dos ecoempreendedores foram construídas com base em Farah (2008) e Salim (2004). As questões acerca das vantagens, desvantagens e sobre a abertura de ecoempresas foram baseadas principalmente em Berle (1992). Os demais questionamentos foram baseados na literatura de Nascimento (2008), Berle (1992) e Albuquerque (2009). O desenvolvimento das questões foi focado no cumprimento dos objetivos da pesquisa e as mesmas foram agrupadas em seções de acordo com estes objetivos, facilitando a posterior análise dos resultados.

A coleta foi feita via e-mail, possibilitando o melhor aproveitamento do tempo e aos entrevistados responder no momento que julgassem mais conveniente. A opção pelo e-mail contornou também a dificuldade de se obter horários dos participantes para entrevistas presenciais.

5. DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

5.1 Empresa A

A empresa A tem a proposta de confeccionar roupas de extrema qualidade no mercado, mas com o intuito de vender a proposta de “sustentabilidade” através deste produto. Trabalha com fibras naturais e insumos sustentáveis e agrega a cada coleção um novo projeto. Algumas políticas da empresa:

- Etiquetas provenientes de fibra de Bambu.
- Tecidos com 100% de fibra natural – excluindo qualquer tipo de processo químico ou sintético na confecção do tecido
- Doação de parte do faturamento para a Fundação Gaia – que investe em educação ambiental.

- Abolição de plástico em todo o processo – desde cartões de visita, material de propaganda e até nossos ecoenvelopes de entrega são feitos a partir de materiais reciclados ou de reflorestamento.
- Redução de processos químicos na estamperia com o uso de no máximo quatro cores por estampa para redução do processo de tingimento.

5.2 Empresa B

A empresa nasceu em 2005 com a missão de proporcionar inovação e qualidade em produtos que contribuam para ampliação da infra-estrutura verde, com o compromisso de atender às necessidades do cliente e ao mesmo tempo preservar e renovar o meio ambiente. Possui 15 funcionários com sede, produção e distribuição em Porto Alegre e também está representada em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Bahia através de parceiros.

A empresa B desenvolve produtos que diminuem danos ambientais causados pelo crescimento urbano, sendo referência em infraestrutura verde urbana no Brasil. Desde então, desenvolve produtos e serviços com o objetivo de diminuir os danos ambientais causados pelo aquecimento global e pelo crescimento populacional nas grandes cidades.

O telhado verde ou telhado ecológico funciona como um isolante térmico, retardando o aquecimento dos ambientes durante o dia e conservando a temperatura durante a noite. Além de isolar o calor, absorve grande parcela da água da chuva, aumentando a retenção da água da chuva na fonte (local do evento: telhado) reduzindo a vazão de pico e retendo impurezas da água. Portanto, diminui a possibilidade de enchentes nas cidades. Também age como purificador do ar urbano.

Além do telhado ecológico a empresa trabalha com outros produtos ecológicos como ecoparedes que contribuem para a redução da emissão de carbono, ecopavimentos e ecodrenos (reaproveitamento de água).

5.3 Empresa C

A Empresa C é uma empresa do ramo do vestuário que trabalha com matérias-primas provenientes de reciclados, como por exemplo o tecido de fios de polímeros de garrafas PET, fibra de bambu e materiais reutilizados como: lonas de caminhão, sobras e retalhos das indústrias couro-calçadistas, lonas de banners e outdoors na fabricação de eco-bags. Possui duas sedes. Uma no Rio Grande do Sul e outra em Santa Catarina.

5.4 Empresa D

A empresa D pratica uma ovinocultura voltada para produção de lã diferenciada em pureza e qualidade, passando por processos naturais desde o campo até o fio ou produto. A lã é colorida naturalmente. Comandada há três gerações pela mesma família, dedicava-se à criação de bovinos, cavalos crioulos, pôneis e ovinos para consumo próprio. Está situada na Serra do Sudeste, em pleno Bioma Pampa. Como propriedade rural voltada ao desenvolvimento sustentável, a empresa D prioriza o melhoramento genético das raças laneiras de sua criação, com respeito ao ecossistema e biodiversidade da região. Busca trabalhar junto a fornecedores e parceiros que compartilham a mesma filosofia do ser e do fazer.

O ciclo de produção é todo realizado no Rio Grande do Sul e obedece rigorosamente aos protocolos da agroecologia e aos critérios de sustentabilidade. Apenas o sabão orgânico certificado é aplicado nos processos de lavagem da lã, e foi feita a opção pela utilização de cardas e fiação manual em rocas e fusos. O tingimento vegetal é obtido prioritariamente com matéria prima nativa do Pampa Gaúcho.

6. RESULTADOS

Os resultados da pesquisa estão baseados nos dados obtidos no questionário. As respostas foram comparadas de acordo com sua associação aos objetivos do trabalho, possibilitando uma melhor análise do conteúdo.

6.1 Análise com relação à idade, formação e histórico empreendedor

A média de idade dos ecoempreendedores ficou em 41 anos sendo que o mais novo possui 20 anos e o mais velho 56 anos de idade. Embora a amostragem seja pequena o resultado vai ao encontro da realidade na qual cada vez mais pessoas das mais diversas idades estão preocupadas com os prejuízos que o homem tem causado ao meio ambiente e as implicações futuras desse comportamento. O resultado também indica que a crescente atenção dada pelos veículos de comunicação ao assunto tem fomentado nos jovens o desejo de associar trabalho com atividades que também contribuam para a sustentabilidade do planeta.

Todos os entrevistados possuem formação em nível superior ou estão em processo de formação. Foi possível constatar a desvinculação de modo geral da área de formação dos profissionais com as questões sustentáveis. Os entrevistados das empresas B e C, por exemplo, são oriundos respectivamente das áreas da Engenharia Civil e Comunicação Social. Esse antagonismo indica que o espírito ecoempreendedor não está especificamente associado a determinado ramo de estudo e atuação.

6.2 Análise do perfil do ecoempreendedor

Persistência, determinação, inovação e a crença no próprio negócio foram as palavras mais citadas pelos entrevistados quando questionados sobre as características mais importantes para um ecoempreendedor. Foi possível perceber a sintonia do resultado das respostas com a literatura utilizada na pesquisa. As

características dos ecoempreendedores não diferem muito das dos empreendedores tradicionais. A resposta do entrevistado da empresa B quanto às características do ecoempreendedor corrobora essa afirmação:

Inovação; agilidade; empreendedorismo; organização; conhecimento. O mundo dos negócios muda muito rápido, não há como uma empresa sobreviver, seja qual for o seu tamanho, se não houver constante mudança nos processos internos, e produtos para comercialização. É importante estar atento às tendências de mercado, e melhor ainda se conseguir ser a mudança, ou seja, não ser um seguidor de outras empresas, mas ser quem dita os rumos do mercado, antevendo as melhores oportunidades.

Esses profissionais direcionam suas capacidades empreendedoras às oportunidades existentes relacionadas à sustentabilidade como melhoria de produtividade, novas formas e aperfeiçoamento das fontes de energia e o desenvolvimento de novas tecnologias.

A resposta do entrevistado da empresa A também contribui para o resultado identificado:

Não sei se considero o mais importante, mas acho que qualquer empreendedor, seja ele verde ou não, requer garra, vontade, persistência, e deve acreditar cegamente no negócio. Até o teu negócio não gerar resultados ninguém vai acreditar em ti, é muito difícil, mas depois que ele começa a se concretizar o cenário muda. O ecoempreendedor se difere no que tange a responsabilidade e comprometimento, visto que isso ao mesmo tempo gera muita cobrança, e a gente sempre tem que estar preparado pra isso.

O ecoempreendedor agrega às características comuns do empreendedor a preocupação com as questões sustentáveis, o desejo de fazer algo benéfico ao meio ambiente e a visão dos possíveis negócios relacionados ao verde.

6.3 Das dificuldades, vantagens/ desvantagens e medidas de governo

Os entrevistados relataram diversas causas que dificultam o início do econegócio. Falta de incentivos governamentais, alto investimento, dificuldade de inserir no mercado produtos que ao mesmo tempo são novos e que cuja característica verde nem sempre desperta o mesmo interesse, acerto com

fornecedores e parceiros que trabalhassem em sintonia com o pensamento da empresa e com os padrões de qualidade desejados. Isso se comprova em trecho da resposta do entrevistado da empresa B:

A desvantagem é a falta de auxílio, incentivos e benefícios por parte do governo para os produtos ecológicos que ainda existe uma concepção errada de que o produto ecológico é artesanal e muito mais caro. Na verdade, os produtos são extremamente tecnológicos e inovadores, com um elevado custo benefício para o cliente. Imagino que seja da mesma forma com outras empresas da área.

É visível a similaridade das dificuldades para abertura de um econegócio com as de um empreendimento tradicional. Todavia, vale ressaltar o sentimento de ausência por parte dos entrevistados de incentivos governamentais mais significativos. Embora o governo esteja tomando cada vez mais medidas de estímulo como o anteriormente citado Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PCCS), que deveria estimular a criação e expansão das ecoempresas, as respostas dos entrevistados indicam que os resultados desejados nessas medidas, por alguma razão não estão sendo efetivamente alcançados.

O alto investimento é outro complicador importante. As matérias-primas sustentáveis custam caro o que demanda do ecoempreendedor um poder financeiro maior, algo que não se espera de um econegócio novo, ainda mais se for uma empresa de pequeno porte. Fala-se muito nas linhas de crédito e financiamento favoráveis aos negócios sustentáveis, mas ao menos na amostra da pesquisa não foi percebida a presença desses benefícios.

A autonomia e a satisfação pessoal de fazer algo que contribui para a melhoria da sustentabilidade foram dominantes nas respostas dos entrevistados quanto às vantagens de ser um ecoempreendedor como pode ser visto na resposta do entrevistado da empresa C:

Sou meu próprio chefe, faço uma das coisas que mais gosto e de quebra, faço a minha parte no quesito preservação ambiental através da economia sustentável.

O resultado aqui vai ao encontro do resultado na questão das dificuldades. Nenhum ecoempreendedor citou benefícios e facilidades como vantagens de um econegócio.

Quanto às desvantagens novamente no resultado está a falta de incentivos, dificuldade com matéria-prima, alto valor de investimento, a competição com empresas de maior porte e que muitas vezes usam de uma “maquiagem” para alegar que seus produtos são sustentáveis quando na verdade não o são.

Fica visível que as medidas políticas tomadas até agora com o objetivo de fomentar o crescimento das ecoempresas e da adequação das empresas tradicionais não estão sendo suficientemente eficazes e que sua participação no estímulo ao surgimento de novas empresas sustentáveis é inferior ao que poderia ser.

6.4 Certificações e selos verdes

As certificações e os selos verdes trazem maior credibilidade às ecoempresas. Os resultados indicaram que as empresas mais novas ou de menor porte ainda não possuem grande preocupação quanto à obtenção de alguma certificação ou selo. Preocupam-se mais com seus processos para que sejam efetivamente sustentáveis, a matéria-prima adquirida seja realmente sustentável e em estruturar melhor a empresa. Enxergam as certificações como um passo a ser dado no futuro de acordo com suas possibilidades. A grande terceirização dos processos contribui pra esse comportamento como é possível constatar na resposta do entrevistado da empresa A:

Acho que depende do porte, nós terceirizamos grande parte do processo e por isso não valeria à pena a busca por certificações. Para o próximo semestre estamos estruturando a compra de tecidos certificados pela EMBRAPA dentre outros, mas temos a nossa própria certificação ainda não temos vontade pelo fato de amadurecer a empresa e estruturá-la ainda melhor.

As certificações parecem alcançar maior atenção nas empresas de maior porte, com maior número de fornecedores e processos mais complexos. A exigência de certificações e selos para superar a concorrência nesse nível de atuação também é maior.

6.5 Quanto às perspectivas futuras para os econegócios

Os ecoempreendedores da pesquisa enxergam de maneira positiva as perspectivas futuras para os empreendimentos sustentáveis. Acreditam que o engajamento de grandes empresários e organizações, associado à presença constante das catástrofes ambientais e mudanças climáticas seguirão contribuindo para o crescimento de uma cultura de consumo consciente atrelado ao desenvolvimento econômico.

Novamente nos resultados surge o pedido por uma maior atuação governamental no incentivo do uso e no desenvolvimento de produtos ecológicos. O que existe hoje é visto como pouco e excessivamente burocrático.

O tema sustentabilidade está cada vez mais presente em nossas vidas. Os meios de comunicação dão sua importante parcela de contribuição com o crescente espaço cedido em telejornais e outros programas. O mercado e os consumidores exigem das organizações que mudem seu modo de trabalhar e produzir de forma a não prejudicar o meio ambiente. A tendência é que novas medidas sejam tomadas e contribuam para facilitar o surgimento de ecoempresas e que matérias-primas e todos os processos envolvidos se tornem mais baratos e acessíveis aos ecoempreendedores.

6.3 Quanto à escolha do empreendimento sustentável

Ponto destacado da pesquisa. O entendimento do porque empreendedores e investidores tradicionais estão direcionando suas atenções aos negócios sustentáveis é essencial para o desenvolvimento de técnicas e políticas que contribuam para a disseminação do pensamento de desenvolvimento associado à proteção ao meio ambiente.

Na análise dos resultados da pesquisa preponderou a preocupação dos entrevistados em trabalhar com algo que além de ser o meio de sustento, colaborasse com a preservação do meio ambiente. Ou seja, a vontade de exercer uma atividade sustentável preponderou sobre as motivações financeiras e de oportunidade de mercado. Isso não significa que seja suficiente o desejo de ser sustentável para que um ecoempreendedor tire do papel sua idéia de econegócio,

mas demonstra qual tem sido o principal fato ensejador do surgimento das ecoempresas.

Como em qualquer outro empreendimento as oportunidades e tendências de mercado são essenciais para que a idéia se torne viável e o ecoempreendedor tome a iniciativa de a por em prática. O exemplo da empresa do entrevistado B retrata esse fato. A empresa do ramo da construção civil enxergou a oportunidade de mercado e acabou tornando-se pioneira no mercado de telhados verdes no Brasil, como pode ser visto em um trecho da entrevista:

Nunca havíamos visto um telhado verde de perto, até então, pois estávamos ali para consertar a impermeabilização do local. Observamos que a solução (telhado verde) estava totalmente de acordo com o que estávamos procurando na época. Vimos uma oportunidade de negócio naquele momento, pois o sistema que fomos consertar era extremamente arcaico e primitivo. Refletimos sobre como poderíamos criar um sistema modular de telhado verde, leve e mais eficaz para a melhor adaptação das plantas. Alguns meses depois, criamos e patenteamos o primeiro telhado verde modular do Brasil, com características como alta drenagem, baixo peso, e boa reserva de água. Esse sistema possibilitou a produção em massa de ecotelhados, rápida instalação, facilidade no transporte, ótima adaptação das plantas e a popularização do produto pelo país.

Com essa atitude a empresa não só obteve benefícios próprios como contribuiu para a conscientização da necessidade das construções adotarem práticas e adquirirem produtos e soluções ecológicas que auxiliem no crescimento sustentável das cidades.

7. CONCLUSÃO

O principal objetivo deste estudo foi identificar as razões que tem motivado empreendedores já atuantes e os novos a investir em negócios que promovem a sustentabilidade. Nesse contexto foram estudados fatores relacionados como o histórico ecoempreendedor, perfil e características comuns a esses profissionais, vantagens e desvantagens relacionadas ao econegócio, benefícios e perspectivas do setor, captados através da opinião de profissionais que atuam no mercado de produtos que promovem a sustentabilidade.

O estudo paralelamente demonstrou que a divulgação intensa pela mídia dos problemas ambientais que a humanidade enfrenta tem gerado resultado e pessoas desde jovens profissionais a aposentados estão dispostas a iniciar novos negócios que atuem respeitando e contribuindo com o meio ambiente. Demonstrou também que não há uma área específica da qual sejam oriundos esses ecoempreendedores, com os participantes da pesquisa sendo todos de formações diferentes.

Foi identificado o peso significativo que os princípios pessoais e o desejo de contribuir com a melhoria do ambiente e gerar benefícios à sociedade tem no momento da escolha por um econegócio, sobressaindo-se sobre os benefícios econômicos e as oportunidades de mercado geradas e que só aumentam ao longo do tempo. A predominância dos desejos e princípios pessoais na escolha do econegócio pode estar associada à crítica dos entrevistados ao governo cujas medidas de incentivo aos empreendimentos sustentáveis aparentam ser insuficientes ou estarem sendo mal aplicadas.

Das dificuldades relacionadas, as mais específicas aos econegócios tais como o alto investimento necessário, a falta de incentivos e o alto custo da matéria-prima ecológica tendem a ser suavizadas com a disseminação do pensamento sustentável que resultará em um maior número de ecoempresas e o aumento da oferta de fornecedores de material, barateando, assim, os custos de produção.

Apesar dos desafios, os ecoempreendedores indicaram uma perspectiva muito positiva de futuro para o setor. Acreditam que o desenvolvimento associado à sustentabilidade é uma realidade que não poderá mais ser dissociada do crescimento.

7.1 Limitações e sugestões de pesquisa

Algumas limitações de estudo devem ser citadas. A utilização de questionário com respostas via e-mail devido à impossibilidade de entrevistas presenciais, embora permita que o entrevistado responda às questões conforme sua disponibilidade, impossibilita o aprofundamento da entrevista e que novas questões interessantes ao tema sejam abordadas. Ao responder um questionário por escrito o entrevistado tende a dar respostas mais limitadas, gerando uma restrição ao estudo.

A questão relacionada aos incentivos governamentais abre uma oportunidade interessante de pesquisa. Quais seriam as razões pelas quais as medidas até agora tomadas pelo governo não estejam alcançando os seus objetivos junto aos ecoempreendedores? Um tema certamente importante e cujo estudo pode agregar no conhecimento dos empreendimentos sustentáveis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, José de Lima. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Conceitos, Ferramentas e Aplicações. Editora Atlas. São Paulo, 2009.

BERLE, Gustav. O empreendedor do verde: oportunidade de negócios em que você pode salvar a Terra e ainda ganhar dinheiro. Makron Books. São Paulo, 1992.

CONSTANZA, R; DALY, A. Ecological economics: the science and management of sustainability. New York: Columbia, 1991.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FARAH, Osvaldo Elias. CAVALCANTI, Marly. MARCONDES, Luciano Passos. Empreendedorismo Estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas. Cengage Learning. São Paulo, 2008.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.

HIRSRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBOPE www.ibope.com.br/forumibope/pesquisa/ibope_sustentabilidade_set07.pdf
acessado em 12/04/12.

NASCIMENTO, Luís Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. Gestão socioambiental estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NEWSWEEK. Site da revista Newsweek: www.thedailybeast.com/newsweek.html acessado em 27/11/2011

PLANO de Ação Para Produção e Consumo Sustentáveis acessado em: <http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=234&idMenu=12257> em 5/04/12.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento includente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SALIM, César Simões. Administração Empreendedora: Teoria e Prática usando Estudos de Casos. Elsevier. Rio de Janeiro, 2004.

SAVI, Jurandir. Certificação ambiental: análise dos benefícios econômicos, sociais e ambientais gerados às empresas. Artigo científico. Florianópolis, 2008.

SCHUMPETER, J. "Managers and Entrepreneurs: a usefull distinction". Administrative Science Quaterly, v. 42, 1959.

SEBRAE RJ: <http://www2.rj.sebrae.com.br/boletim/oportunidades-de-um-negocio-sustentavel/> acessado em 27/04/12.

SITE Agenda 21: www.agenda21.comperj.com.br acessado em 26/04/12.

SITE Projeto Inovação: www.projetoecoinovacao.com.br acessado em 28/04/12.

SITE <http://ambiente.hsw.uol.com.br/selo-verde-de-verdade.htm> acessado em 23/06/12.

VEIGA, José Eli da. Desenvolvimento sustentável: O desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

ANEXO A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Nome:

Idade:

Formação escolar:

2. Fale um pouco sobre o seu eonegício.

3. QUESTÕES

1. Qual o seu histórico como empreendedor? Fez algum curso específico?
2. O que o levou a optar por um empreendimento sustentável?
3. Quais foram as principais dificuldades relativas às questões sustentáveis enfrentadas para abrir o negócio? E para mantê-lo?
4. Quais as principais vantagens e desvantagens encontradas por um empreendedor verde?
5. Quais características você considera mais importante para um ecoempreendedor? Explique.
6. Conhece / usufrui de benefícios governamentais ou bancários por exercer uma atividade sustentável? Quais?
7. Se sim na pergunta anterior, qual a influência desses benefícios na concorrência com outras empresas do ramo?
8. E com relação aos clientes e demais stakeholders quais os benefícios encontrados por um empreendedor verde?
9. Possui ou pensa e obter alguma certificação ambiental? Quão importante julga ser para a empresa uma certificação desse tipo?
10. De que maneira você vê as perspectivas futuras para os eonegócios? Explique.