

NOVOS NEGÓCIOS EM GESTÃO AMBIENTAL: NA VISÃO DOS ECO EMPREENDEDORES

Daniela de Melo Souza Santos¹
Maria Thereza Rubim Camargo Soares²

Resumo: Este estudo tem por objetivo identificar de que forma os eco empreendedores detectam e desenvolvem novos negócios em gestão ambiental, e como específicos definiu-se: identificar as características dos eco empreendedores; destacar os fatores que contribuíram para a ideia e o desenvolvimento do negócio de gestão ambiental; e entender como os negócios são conduzidos. Para atender a estes objetivos, adotou-se a pesquisa qualitativa de natureza exploratória, por meio de entrevistas em profundidade, realizada com quatro eco empreendedores de vários setores e regiões do Brasil. Como instrumento de coleta foi utilizado roteiro semi-estruturado e a análise de conteúdo para o tratamento dos dados. Os resultados destacam importância do surgimento de eco negócios no cenário brasileiro que tem muito a avançar, no entanto, destaca-se ainda que este fator não impede o desenvolvimento de estratégias gestão e parcerias aliadas às contribuições sociais, destacando ainda inúmeras possibilidades nos mais variados nichos de mercados.

Palavras-chave: Eco empreendedores. Gestão Ambiental. Sustentabilidade. Novos Negócios.

1 Introdução

Ao longo da evolução da humanidade desde a produção agrícola até a chegada da industrialização, praticamente não existiam preocupações relacionadas às questões socioambientais, embora o termo sustentabilidade seja considerado antigo com origem no século XIX (SUNKEL, 2001 apud DALMORO, 2009).

Com o avanço industrial, intensificou-se o interesse em otimizar a produção e alavancar os ganhos obtidos sem que os impactos ambientais e humanos fossem considerados.

Não por acaso, a terra começou a dar sinais claros de que as ações do homem estão provocando desequilíbrio nos ecossistemas, destruição e esgotamento de recursos naturais. Assim, de acordo com Baú (2011, p. 19) “o desenvolvimento sustentável é o caminho encontrado, até o presente momento, para amenizar os impactos negativos gerados pelo processo da industrialização”.

A partir da evidência destas mudanças, passou-se a uma reflexão sobre o papel da sociedade em desenvolver-se sem gerar devastação, intensificando os estudos sobre o tema nas décadas de 1980 e 1990.

¹ Superior em Administração, ex-aluna: Universidade Presbiteriana Mackenzie: daniela.itb.secretaria@gmail.com

² Mestre em Administração, Professora: Universidade Presbiteriana Mackenzie: mrubimcs@mackenzie.br.

Em 1980 surge o termo desenvolvimento sustentável no documento estratégia de conservação mundial publicado pelos órgãos: PNUMA – programa das Nações Unidas para o meio ambiente, WWF – fundo mundial para a vida selvagem e UICN – união internacional para a conservação da natureza (STARKE, 1991 apud DALMORO, 2009).

Segundo o autor (2009, p.89) “A visão de práticas sustentáveis difundiu-se, principalmente após a criação, pela Organização das Nações Unidas – ONU, da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD, 1983”.

O relatório desta Comissão (1991 apud BAÚ, 2011, p.20) “percebe-se a emergência da necessidade da construção de uma economia em que os recursos ambientais e as necessidades da sociedade como um todo estejam em equilíbrio, sem, no entanto, comprometer as futuras gerações”. Nota-se a preocupação mundial em torno do tema e em vários grupos de interesses como o Governo, os consumidores e a sociedade em geral. No Brasil, há políticas públicas em prol do desenvolvimento sustentável e interesse em aprofundar e desenvolver a chamada economia verde, isto pode ser exemplificado com o evento ocorrido em 2012 na chamada Rio+20, a conferência das Nações Unidas com o objetivo de renovar o compromisso político com o desenvolvimento sustentável.

Dada a necessidade de alternativas concretas para o dilema entre desenvolvimento econômico/atendimento das questões socioambientais, percebe-se a figura do empreendedor como um inovador de conhecimento, técnica, processos, movido por desafios, capaz de lidar e liderar mudanças, pois de acordo com Dornelas (2001, p. 21):

[...] são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

É evidente que a sociedade precisa orientar uma transformação radical em prol do desenvolvimento sustentável e gerar modificações significativas em pontos cruciais como produção, consumo responsável, criar e manter um sistema socialmente mais justo em harmonia com a questão economicamente viável, para tanto torna-se imprescindível a presença de uma liderança que tenha capacidade e possa conduzir esse processo de forma eficaz. Para Dornelas; Timmons; Spinelli (2010, p. 42) “o poder de um único líder pode ser profundo, e em nenhum lugar isso é mais verdadeiro e relevante do que no empreendedorismo”. Além da capacidade de exercer a liderança, outro ponto importante para promover as mudanças é a força transformadora e que também é perceptível na ação empreendedora. “[...] a criação e a liberação de energia humana através do empreendedorismo é a maior força transformadora que existe hoje no planeta”.

Há, portanto, um grande desafio e cenário mundial compartilhado por todos que é o de buscar soluções de desenvolvimento sustentável para que o plano econômico não mais prejudique o meio ambiente.

Este contexto tem se mostrado um ambiente próspero e vasto de oportunidades para aqueles que conseguem captar as necessidades, propor ideias e gerar inovações a partir da consideração da sustentabilidade como um elemento fundamental e assim, construir uma nova forma de gerar negócios lucrativos e ecologicamente corretos: o eco empreendedorismo. A proposta do eco empreendedorismo é empreender de maneira sustentável ao proporcionar benefícios ao meio ambiente na prevenção ou remediação dos problemas causados por

AUTOR	ANO	CONCEITO
KIRZNER	1973	é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente.
DORNELAS	2001	é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados
DORNELAS	2001	é aquele que cria novos mercados, ou seja, o indivíduo que cria algo único [...], no entanto, a maioria dos empreendedores cria negócios em mercados existentes, não deixando de ser bem sucedidos por isso
DORNELAS	2001	são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelos que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado

Fonte: elaborado pelas autoras

A partir destes, o empreendedor é visto como aquele indivíduo que estabelece uma nova ordem social com iniciativas de negócios gera inovação e desenvolvimento. A capacidade transformadora que o empreendedor possui é o que induz a geração de novos negócios o que ocasiona uma mudança radical na condição econômica estabelecida. Nota-se então, que o empreendedor é um agente crucial no desenvolvimento de qualquer economia, sendo ele o principal precursor na reconfiguração dos bens e serviços ofertados ao mercado.

É atribuída ao empreendedor a missão de organização setorial, e faz parte da sua função conduzir revoluções, de experimentar algo novo, nunca antes testado, por conseguinte assume-se que é o empreendedor a principal liderança que direciona as inovações. A criatividade é um dos principais aspectos que se associa a um empreendedor, assim como compreender o ambiente a sua volta, usando-o como meio de detectar oportunidades.

A descoberta de novos mercados se concretiza pela atuação empreendedora, é uma das consequências da sua atuação, no entanto, atuar em mercados já estabelecidos não implica necessariamente em insucesso.

Quadro 2: conceito de empreendedorismo

AUTOR	ANO	CONCEITO
DORNELAS	2001	"Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se aspectos: 1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz. 2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3. Aceita assumir riscos e a possibilidade de fracassar."
DORNELAS	2001	"[...] O momento atual pode ser chamado a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade".
HISRICH; PETERS; SHEPHERD	2009	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 consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Fonte: elaborado pelas autoras

O empreendedorismo é entendido, portanto, como um processo capaz de gerar inovações que é responsável pela criação e entrega de valor, que só é possível ao dispor-se a assumir riscos de diversas dimensões (psíquico / social / econômico), e em contrapartida

receber os benefícios decorrentes desses esforços e ser independente pessoal e financeiramente.

2.1.2 Evolução e Histórico

A palavra empreendedor (entrepreneur) surgiu na França e significa aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2001). O primeiro exemplo de empreendedorismo atribui-se a Marco Polo que tentou estabelecer uma rota para o Oriente e assinou um contrato com um homem que detinha capital para vender as mercadorias deste, correndo riscos físicos e emocionais (DORNELAS, 2001).

O termo empreendedor foi usado durante a Idade Média para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção, porém não assumia riscos e normalmente utilizava recursos disponíveis provenientes do governo do país (DORNELAS, 2001).

Somente no século XVIII, o empreendedor diferencia-se do capitalista. Um dos exemplos foi o caso das pesquisas de Thomas Edison que só foram possíveis com o financiamento dos experimentos pelos investidores (DORNELAS, 2001).

Apesar de o empreendedorismo ter surgido há muitos anos e ter se difundido em vários países, esse movimento só intensificou-se no Brasil a partir de 1990 com a criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Antes, o cenário político-econômico não era favorável e o empreendedor quase não encontrava informações para ajudá-lo a empreender (DORNELAS, 2001).

O movimento do empreendedorismo chegou tarde ao Brasil, mas o país já demonstra ter acelerado esse processo e já é considerado um dos países que mais empreendem.

No relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), o Brasil aparece como o país que possui a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total dessa população: 1 em cada 8 adultos. Nos Estados Unidos essa relação é 1 em cada 10[...] isso mostra que, apesar de ocorrer de forma não tão organizada como em países mais desenvolvidos, o empreendedorismo no Brasil exerce papel fundamental na economia (DORNELAS, 2001, p.26).

2.1.3 Características dos Empreendedores

Para Dornelas (2001) os empreendedores de sucesso apresentam uma série de características:

- São visionários: possuem visão de futuro e são hábeis em implementar sonhos.
- Sabem tomar decisões: tomam as decisões corretas nos momentos adequados, e superar adversidades, é um dos fatores para o sucesso.
- Fazem a diferença: transformam o difícil em algo concreto, e o possível em realidade.
- Exploram as oportunidades: as boas ideias surgem do que todos vêem.
- Identificam oportunidades: são pessoas atentas às informações, pois suas chances aumentam quando o seu conhecimento também aumenta.
- São determinados e dinâmicos: são comprometidos com suas ações, têm vontade de realizar, são dinâmicos e inconformados com rotina.
- São dedicados: dedicam-se plenamente aos seus negócios.
- São otimistas e apaixonados pelos que realizam: são otimistas e enxergam o sucesso.
- Constroem o próprio destino: querem ser o próprio patrão e gerar empregos.
- Ficam ricos: o dinheiro é o resultado do sucesso nos negócios.

conceber um negócio para solucionar um problema ambiental e/ou minimizar os impactos no meio ambiente, essas definições ainda não são totalmente claras e objetivas.

Essa nova maneira de empreender é explicada por diversos autores que se utilizam de termos como eco empreendedorismo, empreendedorismo ambiental, empreendedorismo verde, empreendedorismo sustentável, empreendedorismo orientado à sustentabilidade, sendo que esses conceitos não estão solidamente construídos em definitivo e não há muitas evidências de semelhanças e/ou diferenças entre os termos citados.

“[...] eco empreendedorismo é visto como uma forma existencial do comportamento empresarial comprometida com a sustentabilidade” (ISAAC, 2002, p. 81).

O autor afirma que o empreendedorismo verde pode ser subdividido em *green business* e *green-green business*. *Green business* não começa com esse ideal, mas uma vez estabelecido, os gerentes identificam vantagens como inovação, redução de custos como consequência da reformulação de processos, produtos e reciclagem (ISAAC, 2002).

[...] Um *Green-green business* é aquele que é projetado para ser verde em seus processos e produtos a partir do zero, como uma startup, e, por outro lado, destina-se a transformar socialmente o setor industrial em que se situa no sentido de um modelo de desenvolvimento sustentável (ISAAC, 2002, p. 82)

Em uma economia de mercado, empreendedores assumem um papel crucial na eventual adoção de práticas de negócios verdes pela comunidade empresarial em geral. Ao demonstrar os benefícios econômicos de ser mais verde, eco empreendedores atuam como um fator de "atração" que estimula outras empresas a serem verde de forma proativa, em contraste com os fatores 'push' de regulamentação do governo e das partes interessadas ou a pressão do lobby de grupos (SCHARPER, 2002)

2.2.2 O Eco Empreendedor

Acredita-se que o papel do empreendedor possa ser muito mais do que contribuir para o desenvolvimento econômico e que a partir de uma mudança de valores pode-se ter uma nova concepção de empreendedorismo direcionado para o desenvolvimento sustentável. Para Almeida (2002) não danificar o meio ambiente é só o primeiro passo a assumir porque o empreendedor que é inovador já está identificando oportunidades de desenvolver e vender produtos e serviços para proteger, conservar, limpar e renovar o meio ambiente.

Dean e McMullen (2007, apud Ribeiro 2009) afirmam que o empreendedorismo ajuda a resolver os problemas ambientais quando os empresários superam barreiras e aproveitam oportunidades, rentáveis e que reduzem impactos ambientais, intrínsecas às falhas de mercado. O processo empreendedor deve ir além da exploração de recursos sem gerar ônus para qualquer parte envolvida. “Pense no processo empreendedor como uma ferramenta a ser usada para alcançar resultados benéficos para as pessoas (e para o empreendedor), e não, em detrimento de outros” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p.40).

O eco empreendedor cria novos negócios baseados no princípio da sustentabilidade (Kirkwood ; Walton, 2010). “O tipo ideal de eco empreendedor é definido como aquele que cria negócios verdes a fim de transformar radicalmente o setor econômico em que ele ou ela opera (ISAAC, 2002, p. 81)”. “[...] são aqueles que entram no mercado do ecologicamente correto não somente para obter lucros, mas também possuem fortes valores verdes subjacentes” (Kirkwood; Walton, 2010, p. 205). De acordo com Dornelas; Timmons; Spinelli

(2010) a lente da sustentabilidade é provavelmente o instrumento de maior relevância para os empreendedores do século XXI.

[...] A sustentabilidade deve ser a base dos novos negócios. Essa localização fundamental reflete a percepção de que as condições para a competição global mudaram, e as questões ambientais agora são uma fonte primária de crescimento e oportunidade para novos negócios (DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010, p. 102).

2.2.3 Características dos Eco Empreendedores

Schaper (2002) declara como características de um eco empreendedor: procurar oportunidades com foco em negócios sustentáveis, ter objetivos e motivações orientadas pela sustentabilidade e redução dos impactos ambientais por meio de suas ações. Para Schaltegger; Wagner (2011), os eco empreendedores são caracterizados a partir dos critérios motivação principal, objetivo principal, papel dos objetivos econômicos, papel dos objetivos não mercadológicos e por fim desafio do desenvolvimento organizacional. Para esses autores a motivação principal do eco empreendedor é a contribuir para solucionar algum problema ambiental e criar valor, sendo seu objetivo principal retorno financeiro por meio da resolução desses problemas.

3 Método

A temática eco empreendedorismo na literatura brasileira encontra-se em fase incipiente, o que tem gerado muito interesse no meio acadêmico e empresarial. Neste sentido, foi definido o problema de pesquisa: de que forma os eco empreendedores detectam e desenvolvem novos negócios em gestão ambiental? Para tal, definiu-se o objetivo de identificar de que forma os eco empreendedores detectam e desenvolvem novos negócios em gestão ambiental. Assim, adotou-se a pesquisa de caráter qualitativo de natureza exploratória, buscando conhecer as principais características dos eco empreendedores, identificar os fatores que contribuíram para a ideia e o desenvolvimento do negócio voltado para à gestão ambiental, bem como entender de que forma os negócios são conduzidos pelos mesmos. Sendo assim, a pesquisa de campo foi realizada com quatro (04) eco empreendedores e principais executivos de empresas que atuam em gestão ambiental. Estas empresas foram identificadas pelo site busca “Google” como “empresas de gestão ambiental”. Foram enviados 30 e-mails, sendo que destes, 04 demonstraram interesse em participar da pesquisa. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas em profundidade, utilizando de um roteiro de entrevista semi-estruturado, para atender aos propósitos do estudo. As entrevistas foram gravadas pelo aplicativo “Skype” em áudio e vídeo, com a devida autorização dos participantes garantindo sigilo e confidencialidade de dados. Após a realização da coleta de dados, todas as entrevistas foram transcritas na íntegra pela própria pesquisadora.

4.1 Resultado e Discussão

O processo de tratamento dos dados qualitativos foi realizado respeitando-se as etapas da análise de conteúdo, que segundo BARDIN (1977), que destaca três etapas principais denominadas de pré-análise, exploração do material e análise dos dados propriamente dita. As entrevistas realizadas nas empresas A, B, C e D foram transcritas imediatamente pela própria pesquisadora, registrando todas as falas, expressões e observações apresentadas pelos entrevistados favorecendo o processo de análise de conteúdo. Após leituras, foram

identificadas as unidades de registro para posterior categorização (BARDIN, 1977), e análise dos dados. Neste processo, surgiram 16 categorias de análise que abrangem de forma coerente todos os temas e enfoques abordados.

a. Caracterização das empresas

As empresas pesquisadas são de capital nacional, fundadas nos últimos 5 anos, estabelecidas e que atuam em diversas regiões do Brasil, em negócios relacionados à gestão ambiental.

Quadro 3 – Características das empresas pesquisadas

EMP.	CARACTERÍSTICAS
A	<ul style="list-style-type: none"> • 50 empregados, 100% nacional, situada em Presidente Prudente e atua em todo o Brasil • Implantação sistemas de transposição como pontes, viadutos e passarelas, com tecnologia inovadora e elevada qualidade em todos os seus produtos
B	<ul style="list-style-type: none"> • fundada em 2009 e localizada na região do ABC, é pioneira na América Latina em processos de manufatura reversa, descaracterização, destinação e reciclagem de eletroeletrônicos e resíduos tecnológicos, gerando novos recursos e matérias-primas que voltam ao ciclo produtivo - e-lixo
C	<ul style="list-style-type: none"> • 14 empregados, instalada em Guarulhos é uma das mais completas usinas de processamento e reciclagem de resíduos do Brasil; viabiliza o descarte adequado dos resíduos gerados pela construção civil e contribuindo com a preservação do meio ambiente, gerando agregados reciclados de alta qualidade a preços substancialmente inferiores aos produtos naturais, e evita a degradação do meio ambiente. Seus produtos: a areia, brita e pedrisco reciclados, e bica corrida.
D	<ul style="list-style-type: none"> • 5 empregados, fundada em 2010, tem por objetivo retirar do meio ambiente um produto poluente e dar ele uma destinação correta, tem foco de atuação a reciclagem de óleo comestível e transformá-lo em matéria prima de biodiesel

Fonte: elaborado pelas autoras

b. Caracterização dos Entrevistados

Todos os entrevistados são os empreendedores fundadores e atuais gerentes executivos das empresas de gestão ambiental.

Quadro 4 – Características dos entrevistados

ENTREV.	Aa	Bb	Cc	Dd
Cargo	Gerente Operacional e Administrativo	Diretor Comercial e CEO	Principal Executivo	Gerente Operacional e Administrativo
Idade (anos)	27	48	38	34
Formação	Administrador e advogado, cursando pós graduação em Direito Empresarial	Administrador com MBA em Marketing e Gestão Ambiental	Engenheiro civil com pós em gestão de negócios	Ciências Sociais com pós em política e gestão de negócios internacionais e MBA em gestão amb.

Fonte: elaborado pelas autoras

Os entrevistados apresentam idade média de 37 anos de idade, sendo que dois deles são administradores, um engenheiro e outro formado em ciências sociais. Destaca-se que dois tem MBA em gestão ambiental e os demais fizeram pós em administração de negócios.

c. Análise dos Resultados

Com a análise de conteúdo, foi possível identificar as categorias para atender aos objetivos:

- **Surgimento do negócio:** todos os entrevistados afirmam que consideram alguns fatores cruciais para a visualização da necessidade do produto / serviços sustentáveis para

oferecerem ao mercado como: experiência profissional, a necessidade dos clientes foi sendo percebida, e detectou-se a ausência de empresas competentes para atuar de forma profissionalizada no segmento de gestão ambiental. Dos quatro entrevistados, a empresa B é a única que já teve contato anteriormente com a área ambiental, inclusive outro negócio, antes da idealização do negócio atual. O que confirma a afirmação de que as falhas de mercado são as fontes de ideias dos negócios verdes e é justamente quando o eco empreendedor compreende esta imperfeição e consegue transpor barreiras ao aproveitar a oportunidade, rentabilizando sobre ela que os impactos ambientais são minimizados pela atividade empreendedora (DEAN; MCMULLEN, 2007).

- **Razão de criar o negócio:** quanto ao que levou os entrevistados a direcionarem o negócio para a sustentabilidade, entrevistado Aa relata uma situação diversa dos demais, uma vez que a questão ambiental surgiu não intencional, conforme relata: “Na verdade o eco, ele veio inversamente, a gente não pensou primeiro, ah vamos fazer uma coisa sustentável, não... a gente viu no desenvolvimento do negócio... e que havia a possibilidade de unir a ideia da ponte ao sustentável, então, aí que surgiu a empresa”. Já os entrevistados Bb, Cc e Dd argumentam que não foi preciso direcionar, pois afirmam ser intrínseco ao negócio. “...o fato de reutilizar e reciclar, já se torna sustentável por natureza né... a atividade que explora agregado natural, mineral, ela não é sustentável, a gente recebe o concreto, recicla ele e vende, a nossa atividade já é por si só sustentável”.

Os eco negócios não nascem necessariamente com o ideal de comprometimento ambiental, conforme argumenta ISAAK (2002), pode-se separar os eco negócios em pelo menos dois subgrupos. Para esse autor existem as empresas que já nascem, são projetadas para serem verdes em todos os seus processos e estão determinadas a conduzir a mudança para o setor em que atuam na direção do desenvolvimento sustentável. Mas existem também, organizações que não tiveram o foco ambiental como a premissa / missão da companhia, no entanto, ao notar as vantagens propiciadas pela gestão verde, como por exemplo, inovar, trazem para si esta nova conduta / postura frente ao seu negócio. Foi possível detectar estes dois perfis propostos, e nota-se também que aqueles que já nascem com a proposta conseguiram avançar em termos de influência no seu ambiente diferentemente dos que a perspectiva ambiental surge depois.

- **Know how:** os entrevistados afirmam que os eco negócios tiveram um aproveitamento de conhecimentos prévios adquiridos pelos empreendedores. Independente de ter tido contato anterior com a gestão ambiental, as experiências colaboraram com as atividades da empresa vigente. Para a empresa Aa, o fato de já ter tido outra empresa e a formação de um dos sócios em engenharia foram essenciais para a parte técnica do negócio, a empresa Bb também reconhece a sua formação como o principal facilitador para a questão técnica. A empresa Dd destaca que a experiência profissional ao desenvolver projetos de arranjo produtivo, inclusive um projeto ambiental, serviu de base para traçar o plano de negócios, no entanto, é interessante notar que todos os empreendedores ressaltam que o conhecimento do negócio verde propriamente foi adquirido na prática, o que é compreensível se considerado que a proposta dos empreendimentos sustentáveis ainda não se configurou.

- **Papel Empresarial:** Ao perguntar a importância da sua atuação, percebe-se que pelo menos três entrevistados, vêem alguma contribuição social no trabalho que desempenham. O empreendedor A, atribui um papel social ao produto que fabrica, argumenta que um dos

fatores que estimularam quando dá decisão pelo segmento, a ideia de contribuição social que o seu produto intrinsecamente acarretaria. “o nosso produto tem um caráter social, que é inevitável”. É interessante notar que a empresa Bb, se vê como uma “educadora”, que precisa manter uma lógica de atuação, e é através desse compromisso que o seu papel com a educação transparece. Já o empreendedor Dd traz um elemento diferente, para ele a importância do seu trabalho está também na conscientização da destinação adequada de resíduos, mas em conjunto com uma perspectiva econômica, essa empresa quer transformar seu setor contribuir efetivamente para que o seu segmento que ainda sofre com a informalidade, possa ser tornar mais profissional e participar no fortalecimento da economia brasileira.

- **Essência da Gestão Verde:** Os negócios verdes possuem características específicas o que permite tentar entender o que para as empresas que escolheram investir em empreendimentos com foco ambiental é considerado fator fundamental na direção da companhia. Para os empreendedores Bb, Cc e Dd o importante é encontrar no negócio o equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental. O entrevistado Bb destaca ainda uma referência fortalecida na perspectiva ambiental ao enfatizar que quando se trata de empresas que fazem da gestão ambiental o seu negócio, é preciso ter um verdadeiro comprometimento com o meio ambiente no sentido não somente de prover soluções para os desafios ambientais mas integrar o comprometimento ambiental no dia a dia. Para esse empreendedor a forma como a empresa atua e lida no mercado em toda a sua cadeia produtiva reflete esse compromisso assumido. O empreendedor Dd destaca um elemento interessante, para ele o gestor de um eco negócio deve enxergar adiante, deve ser visionário porque os negócios verdes no Brasil ainda não são uma realidade no sentido de não ter ainda um ambiente / cenário para a economia verde bem desenvolvido e isso acaba tornando difícil para muitos negócios rentabilizar a proposta empresarial e dessa forma que esse empreendedor entende que saber identificar oportunidades do verde no setor escolhido para atuar mesmo com a implicação da ausência / pouca referência pode tornar essa dificuldade uma vantagem competitiva futura da empresa.

- **Semelhanças entre os negócios verdes e tradicionais:** para os entrevistados as principais semelhanças consistem em processos comuns à operação de qualquer empresa, funções tais como: logística, relacionamento com clientes / fornecedores, metas estabelecidas, dificuldades diversas e a questão do objetivo do lucro. Na questão das semelhanças, os empreendedores apontaram elementos parecidos, já quando questionados sobre as diferenças, é relevante mencionar que cada um dos empreendedores destacou algum traço de diferenciação do negócio verde. As empresas Bb, Cc e Dd descrevem como diferença, dificuldades, ajustes que os eco negócios precisam fazer para se estabelecer no mercado. Manter uma estratégia de atuação e fazer com que a preocupação ambiental seja refletida em seus valores, missão, visão e procurar inovar sempre pautado pelos princípios da sustentabilidade é o principal diferencial citado pela Empresa A.

- **Experiências anteriores:** todos os entrevistados afirmam que as experiências anteriores, contribuíram positivamente no negócio ambiental. O entrevista Aa reforça o fato de já terem um negócio permitiu que alguns erros fossem evitados. Os Bb e Dd mostram que a experiência profissional contribuiu para uma qualidade que em algum momento do eco negócio é necessário ou ainda continua sendo como na questão dos relacionamentos.

- **Perspectivas futuras:** O entrevistado Aa ressalta um cenário hostil devido às questões macroeconômicas, problemas relativos ao desenvolvimento econômico brasileiro de forma ampla. Já as empresas Bb, Cc e Dd argumentam ter expectativas positivas sobre as possibilidades e o futuro das suas organizações, 2 deles esperam que o setor possa se profissionalizar e ambas apontam a legislação, as políticas públicas ambientais como um ponto crítico na eliminação de amadoras e no fortalecimento das que se mantiverem no mercado.

- **Evolução do negócio verde no Brasil:** A partir do relato dos entrevistados é possível perceber que quando essas empresas surgiram, o Brasil ainda não estava num patamar evolutivo para suportar a remuneração dessas atividades. Todos os empresários, sem exceção, afirmam o quanto é difícil a sua atuação em virtude da ausência de conhecimento, receio em relação ao produto por ser de origem reciclada. A falta de organização setorial do mercado de negócios verdes e a própria cultura brasileira foram descritos como fatores-barreiras para essas empresas conseguirem desempenhar o seu papel.

- **Empreendedorismo Social:** Nota-se que há a possibilidade do negócio verde superar as expectativas do seu papel empresarial, conceber uma empresa com a proposta de tratar / solucionar problemas complexos de passivo ambiental que a sociedade enfrenta já por si só justifica a importância do papel que essas empresas exercem. No entanto, verifica-se que algumas empresas avançam no sentido não somente de tratar os resíduos mas terem ações que influenciam o ambiente em que se inserem, as pessoas, a comunidade como um todo, isso permite que a questão ambiental seja ensinada, seja trabalhada no sentido de conscientização. Há uma proatividade por parte desses empreendedores em querer transformar uma cultura de consumo / descarte inadequado em um país consciente das implicações do fator ambiental. Isso é especialmente presente na atuação das empresas C e D, que envolve o cliente na doação dos equipamentos eletrônicos descartados para projetos sociais de ensino de informática para comunidades carente. Com intenção similar, o empreendedor D desenvolveu junto à escolas públicas municipais, um projeto de educação ambiental, que dado ao seu sucesso. É relevante mencionar que os empreendedores declaram não querer trabalhar somente a destinação do resíduo, mas conscientizar universalmente da necessidade de destinação correta independentemente do resíduo.

- **Perfil Empreendedor** - Verificou-se que os entrevistados apresentam nitidamente alguns ou uma combinação de aspectos que são intrínsecos ao empreendedor (DORNELAS,2001). Para a Empresa A, a identificação e exploração da ideia torna-se mais evidente, pela união dos fatores, ideia, facilidade estrutural e conhecimento técnico, já para o Empreendedor B, notou-se o elemento assunção de risco e paixão pelo trabalho como pontos mais marcantes. O empreendedor D, apresenta a tomada de decisão como um dos atributos mais visíveis, assim como o otimismo. Para o empreendedor C, empreender tem se mostrado uma experiência muito melhor do que a carreira profissional que tinha antes, o que evidenciou uma característica voltada para maior independência, capacidade de escolher seu caminho.

- **Cobrança para receber o resíduo** – dos entrevistados, com exceção da empresa A, todos recebem resíduos como insumos para a produção final. Percebe-se que as empresas B e C cobram para receber o resíduo de seus fornecedores, a empresa B aponta inclusive que essa é uma prática comum no exterior, pois envolve uma questão de responsabilidade compartilhada mas que quando iniciaram o seu negócio, o mercado não entendia que esse

serviço deveria ser cobrado. Já a empresa D, é a única dentre as que recebem resíduos que não cobra, e sim paga pelos resíduos dos grandes geradores, e que por conta disto o preço pago pelo resíduo influencia muito a escolha do gerador e muitas vezes, a responsabilidade, a conscientização com o destino e tratamento correto do resíduo por parte do gerador se perde, é inexistente.

- **Dependência da rede de fornecimento** – nota-se que as empresas C e D têm na rede de fornecimento um ponto crítico, que é uma dependência maior nessa primeira etapa da cadeia. No caso da empresa C, por receber resíduos de demolição, de obras, isso torna o seu negócio mais vulnerável e dependente da atuação do setor de construção, pois correm o risco de não ter como fabricar o produto. Já para a empresa D, é difícil conseguir sua matéria-prima, pois há um alto nível de "infidelidade", não existindo um relacionamento de parceria com fornecedores, sendo que o critério de decisão final é o preço.

- **Planos de expansão / investimento / novos projetos** - verifica-se que todos os entrevistados têm a intenção de investir em novos projetos e expandir a sua atuação nos próximos anos. O entrevistado Aa afirma não ter conseguido recursos suficientes para novas oportunidades. Já o Bb estuda novas chances de expandir seus negócios, que estão na fase de desenvolvimento, outras já estão prontas para implementação. O empreendedor Dd percebeu que tem uma demanda quanto a expansão da sua atuação, no entanto, com a estrutura que possui hoje ainda não é possível atender a demanda excedente e assim atuar em outras regiões.

5 Considerações Finais

A elaboração deste estudo buscou por meio da abordagem exploratório-qualitativa, contribuir com o entendimento de como o novo perfil empreendedor voltado para negócios direcionados à gestão ambiental, denominado eco empreendedor, percebe a oportunidade advinda das consequências das problemáticas ambientais e rentabiliza sobre ela um negócio, associando-o à uma proposta de valor ao solucionar e minimizar externalidades negativas decorrentes da exploração dos recursos naturais e processos produtivos das organizações.

O principal objetivo que conduziu esta pesquisa é identificar de que forma tais oportunidades são detectadas e a partir disto, como os negócios se desenvolvem. Os resultados obtidos demonstram que a idealização para abertura de uma empresa voltada para a gestão ambiental é concebida a partir da interdependência de fatores-chaves como existência presente ou análise futura de demanda pelo produto/serviço a ser disponibilizado no mercado causada pela ausência de profissionalização de empresas competentes na prestação e comércio de produtos e serviços destinados para esse mercado, nota-se que o mercado orientado à gestão ambiental / sustentabilidade não se desenvolveu de forma integral no Brasil. Além disso, nota-se o desejo dos empreendedores em construir empresas diferenciadas, seja por propiciar uma inovação ainda não existente no país, interferindo na cultura de consumo, seja pela vontade de transformar o setor de atuação, contribuir com atuações sociais de conscientização e tornar-se referência.

Em relação às características do empreendedor verde, verifica-se que esse perfil apresenta vários dos atributos existentes nos empreendedores de uma forma geral, como a motivação / paixão pelo que faz visão de futuro, facilidade para construir redes de relacionamentos, liderando equipes e tomada de decisão para o negócio que envolvia riscos diversos, acrescidos dos aspectos intrínsecos ao eco empreendedor, tais como lucrar a partir

da solução ambiental associado a valores “verdes”, compromisso com o meio ambiente e a motivação para construir / revolucionar o segmento de atuação.

Por fim, observa-se que apesar das adversidades enfrentadas por esses empreendedores, a dificuldade em lidar com a cultura de consumo desconhecida com a proposta, percebe-se que as empresas que desenvolveram mecanismos de trabalho conjunto e conscientização ao longo da sua rede produtiva, desde fornecedores, a clientes e comunidade em geral, conseguiram manter a coerência da atuação do seu negócio, ao prevalecer o valor ambiental como principal benefício do trabalho empreendedor realizado.

Ressalta-se que esta pesquisa tem validade considerando a realidade das empresas pesquisadas na qual o estudo foi realizado, frente à literatura existente. Destaca-se, também a carência de estudos acadêmicos na área, uma vez que a mesma propicia contribuições significativas e que suscita indicações de novas pesquisas, ampliando o universo para outras empresas e outras regiões do país, bem como propor estudos comparativos entre empresas que tenham foco no desenvolvimento de eco negócios.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Fernando. O bom negócio da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAÚ, Emerson C. O empreendedorismo e os pequenos negócios como alternativas de desenvolvimento sustentável para Roraima. 2011, 103p. Dissertação (Mestrado em Economia). Programa de Pós - Graduação em Economia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

DALMORO, Marlon. A visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas encubadas. Revista Gestão Organizacional, Rio Grande do Sul, VOL. 2 - N. 1 - JAN./JUN. – 2009. Disponível em: < [www.spell.org.br/ documentos/download/1783](http://www.spell.org.br/documentos/download/1783)>>. Acesso em: 02 nov. 2012 14h00min.

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos de Assis; TIMMONS, Jeffrey A.; SPINELLI, Stephen. Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século XXI. São Paulo: Elsevier, 2010.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários - gerentes de pequenos negócios. Revista de administração, São Paulo, n.2, p. 05-28,1999.

GEM. Relatório executivo: empreendedorismo no Brasil 2011. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/arquivo_20120705122320.pdf>. Aces so me: 28 out. 2012 17:30

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

ISAAC, R. (2002). The making of the ecopreneur. Greener Management International, 38 (Summer), 81-91.

KIRKWOOD, J.; WALTON, S. What motivates ecopreneurs to start businesses? International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, n. 3, p. 204-228, 2010.

KIRZNER, Israel M. Competition and entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

RIBEIRO, Claudete Fogliato. Empreendedorismo e meio ambiente: do pragmatismo à dialética. 2009, 92p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Programa de Pós - Graduação em Engenharia da Produção, Universidade federal de Santa Maria. Rio Grande do Sul.

SCHALTEGGER, S.; WAGNER, M. Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. Business Strategy and the Environment, p. 222-237, 2011.

SCHAPER, M., The Essence of Ecopreneurship, Greener Management International Greenleaf Publishing. Summer, 2002.

SCHUMPETER, J., Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper, New York, 1942.