

2º ENCONEXÃO | CONEXÃO MULHERES E ECONOMIA

RESUMO EXPANDIDO

Área Temática: Desenvolvimento Econômico e Sustentabilidade Ambiental

NEGÓCIOS PARA ADIAR O FIM DO MUNDO:

Estudo sobre Empreendedorismo Sustentável em Mato Grosso

Géssica de Lima Vilela*

Sheila Cristina Ferreira Leite**

Resumo:

O possível e iminente colapso ambiental empurra a humanidade para um ponto de inflexão na forma como nos relacionamos uns com os outros e também com o meio ambiente. O sistema econômico vigente vai se revelando como um fator de aceleração das mudanças climáticas e da perda de biodiversidade do planeta. Ao passo que eventos climáticos extremos ocorrem com cada vez mais frequência, cada vez mais pessoas estão repensando seus hábitos e buscando soluções alternativas para suas vidas e suas comunidades. Em Mato Grosso, algumas dessas pessoas decidiram transformar sua preocupação com o meio ambiente e com a justiça social em negócios. O presente estudo buscou discutir algumas abordagens da Economia por um viés não convencional e compreender como o empreendedorismo sustentável está contextualizado no âmbito de uma possível mudança de paradigmas sociais, econômicos e ambientais. Também buscou identificar as motivações e dificuldades de empreendedores sustentáveis de Mato Grosso. A pesquisa se desenvolveu em três metodologias: revisão bibliográfica, estudo de caso e análise de conteúdo. Foram analisados 12 empreendimentos sustentáveis espalhados em sete cidades do estado. Os resultados obtidos indicam que empreendedores orientados à sustentabilidade são motivados, sobretudo, por fatores não financeiros. O papel do empreendedorismo sustentável nas mudanças de paradigma, contudo, são incertos. Apesar da abundância de oportunidades para a abertura desse tipo de negócio, sua manutenção pode ser inviável em um contexto de mercado competitivo como conhecemos hoje.

Palavras-chave: empreendedorismo sustentável, economia ambiental, sustentabilidade.

* Géssica de Lima Vilela. Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e bacharela em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso. Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade do Estado de Mato Grosso. E-mail: gessica.vilela@unemat.br.

** Sheila Cristina Ferreira Leite. Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de São João Del-Rei (2002), mestrado em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (2003) e doutorado em Ciências (Economia Aplicada) pela Universidade de São Paulo (2008). Professora Associada III da Universidade Federal de Mato Grosso. E-mail: sfleite@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O sistema econômico tem sido responsável pela degradação em massa do único planeta que conhecemos com capacidade para nos abrigar. É preciso encarar que as leis da economia não dominam as leis naturais e que o crescimento econômico como um fim em si mesmo não é capaz de garantir bem-estar social. Faz-se necessário questionar o papel das Ciências Econômicas no âmbito da sustentabilidade e da manutenção dos ecossistemas e avaliar uma possível mudança de paradigmas econômicos, sociais e ambientais. Empreendedorismo e inovação podem ser consideradas variáveis fundamentais nessa mudança.

O presente estudo se propôs a discutir as abordagens da Economia que levam em consideração fatores como ética, respeito aos ecossistemas e outros valores não financeiros, compreender como o empreendedorismo sustentável se apresenta nesse contexto e conhecer as motivações e dificuldades desse tipo de empreendimento em Mato Grosso. Para tanto, a pesquisa desenvolveu-se em dois atos: o primeiro constituído de revisão bibliográfica que abrange os conceitos das ciências econômicas voltados ao desenvolvimento sustentável e ao empreendedorismo sustentável; o segundo é a soma de estudo de caso e análise de conteúdo, ambos oferecendo dados para uma análise qualitativa acerca do tema.

2 MÉTODO

Depois da revisão de bibliografia, a pesquisa foi desenvolvida a partir de estudo de caso e análise conteúdo, de modo a verificar a maior diversidade possível de empreendimentos tanto no quesito de produto ou serviço ofertado, quanto em localização territorial. Desta forma, inicialmente foi elaborado um questionário por meio da plataforma *Google Forms*, mas a baixa adesão dos empreendedores prospectados levou à necessidade de utilizar também uma segunda metodologia, baseada em conteúdos disponíveis na plataforma *Instagram*, rede social onde muitos empreendedores divulgam seus trabalhos atualmente. Portanto, os dados obtidos para a pesquisa foram coletados tanto de fontes primárias, quanto secundárias. Dos 12 empreendimentos analisados, seis são oriundos de estudo de caso e seis de análise de conteúdo.

O universo pesquisado contempla empreendimentos dos nichos ambiental e social que, segundo Borges *et al.* (2013), podem adotar a sustentabilidade como meio ou objetivo do negócio. Enquanto alguns tem o lucro como objetivo central e o nicho como meio utilizado para isso, outros objetivam contribuir com o desenvolvimento sustentável, deixando o lucro na posição de meio para manter a empresa e o estilo de vida de seus fundadores. Quando aliam responsabilidade social empresarial a empreendimentos desses nichos, os empreendedores

criam mais valor para a sociedade. No Quadro 1 se encontram os exemplos de negócios das categorias estudadas:

Quadro 1 - Categorias de negócio ambiental e social

Categorias	Caracterização	Exemplo(s) estudado(s)
Produtos ecoeficientes	Produtos mais eficientes energeticamente ou com baixo impacto ambiental.	Sítio aroma da Mata; Afeto Lab; EngeeBio; Brechó Garimpos da Gabi;
Turismo e lazer na natureza	Viagens, atividades, atrativos e pousadas em ambientes naturais.	Ponto Agroecológico Dente de Leão;
Agricultura orgânica e extrativismo	Produção de alimentos orgânicos, restaurante vegetariano, extrativismo de produtos florestais.	Agrofloresta Chama Chuva; Florescer Alimentação Vegana; Mulheres de Fibra;
Reciclagem e reutilização	Reutilização de garrafas pet ou reciclagem de lâmpadas.	Origem Compostagem; Eco Descartes; Canaã Recicláveis;
Social	Microcrédito e Comércio justo.	Siscos;

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre as principais motivações, os empreendedores destacaram: a preocupação com o planeta; a manutenção da vida no planeta e o reconhecimento de que a lógica capitalista de extrativismo predatório dos recursos naturais não contribui para isso; o entendimento da sustentabilidade como solução para a garantia dos meios de vida das próximas gerações. Quanto às principais dificuldades enfrentadas, citaram: a logística atual e a falta de incentivos às indústrias de materiais sustentáveis; a priorização de materiais de plástico e derivados no sistema comercial; lidar com o preconceito; falta de mão de obra qualificada; desvalorização dos produtos pela sociedade; gestão financeira e regulamentação da produção; a cooptação do nicho de sustentabilidade pela indústria e a consequente disputa de espaço com grandes corporações.

Em todos os empreendimentos analisados por estudo de caso, a educação ambiental é fator determinante nas decisões e práticas aplicadas. As redes sociais são o principal meio de

divulgação das ações e da preocupação ambiental das participantes, mas algumas também promovem oficinas e vivências práticas. Todos os empreendimentos analisados consideram a responsabilidade socioambiental como um propósito central do negócio, buscando dar preferência a *stakeholders* que considerem justos e dignos e pensando suas cadeias de produção como ciclos fechados, onde se responsabilizam tanto pela origem de sua matéria-prima quanto pelos resíduos gerados no processo.

Os empreendedores sustentáveis demonstram o crescimento de uma consciência orientada para a transformação na forma como a sociedade consome recursos naturais e produz resíduos. Nessa transição, o empreendedorismo pode ter um papel central, mas ainda existem muitas as dúvidas sobre como esse processo deve ocorrer.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entender o papel do empreendedorismo sustentável no âmbito da Economia não é tarefa fácil, assim como não é simples mensurar sua contribuição para o desenvolvimento sustentável. Para iniciar essa discussão, é necessário trocar as lentes pelas quais são observados os empreendimentos convencionais e, sobretudo, observar a dimensão desses negócios em um mercado mundial dominado por práticas que vão no sentido oposto.

O grau de mudança que essas novas relações de produção e consumo praticadas por empreendedores sustentáveis podem promover não depende só de ações individuais e locais. Embora pequenas iniciativas demonstrem primeiros passos em direção a grandes mudanças, questões como essa precisam envolver ações estatais que garantam políticas de incentivo não só para a criação de negócios, mas para uma mudança cultural abrangente. Levar a sustentabilidade para além da estratégia corporativa ou do cumprimento de protocolos internacionais implica em assumir um risco de choque com as visões de crescimento e desenvolvimento inerentes ao sistema capitalista.

Os resultados do estudo sugerem que as motivações que levam à criação e manutenção de empreendimentos voltados à sustentabilidade parecem estar além do interesse pela exploração de nicho com finalidade de lucro individual. A pesquisa também indicou que é possível obter ganhos sem abrir mão da responsabilidade social. Esses negócios, em sua maioria, surgiram a partir de interesses ou *hobbies* de seus fundadores, que buscavam formas de contribuir com a conservação ou regeneração ambiental, ou mesmo criar bem-estar social, aliando trabalho a valores pessoais.

Oportunidades de negócios voltados à sustentabilidade tendem a crescer no cenário mundial nos próximos anos dada a necessidade cada vez mais urgente de uma transição ecológica. Contudo, motivações orientadas por responsabilidade socioambiental e ética podem dificultar ou até mesmo inviabilizar a permanência desses negócios num contexto competitivo de mercado. Se a sustentabilidade de fato estiver em desacordo com o capitalismo e a inovação sozinha não der conta de mitigar os danos causados pela ação antrópica, será imprescindível rever todo o nosso sistema de produção e consumo, bem como os tipos de relações estabelecidas no âmbito econômico, social e ambiental.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Editora Abril, 2012. p. 246
- AIDIS, R. **Entrepreneurship and economic transition**. 2003.
- AMARTYA KUMAR SEN. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Companhia Das Letras, 1999. p. 144.
- BAUMOL, William J. **Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs**. 1993.
- BAXTER, P.; JACK, S. **Qualitative case study methodology: study design and implementation for novice researchers**. The qualitative report, v. 13, n. 4, p. 544-559, 2008.
- BORGES, C. *et al.* **Empreendedorismo sustentável: Proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa**. REGEPE: Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 2, n. 1, p. 77-100, 2013.
- BROWN, L. R. **Eco-economia: construindo uma economia para a Terra**. Salvador, UMA, Earth Policy Institute, 2003.
- CAPPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. O. L.; GONÇALVES, C. A. **Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais**. Organizações rurais & agroindustriais, v. 5, n. 1, 2003.
- CAVALCANTI, C. **Concepções da economia ecológica: suas relações com a economia dominante e a economia ambiental**. Estudos avançados, v. 24, p. 53-67, 2010.
- CECHIN, A. **A Natureza Como Limite da Economia: a Contribuição de Nicholas Georgescu-Roegen**. 1. ed. 2010. São Paulo: Edusp. p. 364.
- DHAHRI, S.; OMRI, A. **Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say?**. Elsevier Ltda.: World Development, Tunisia, v. 106, p. 64-77, 2018.
- GEORGESCU-ROEGEN, N. **O decrescimento: entropia, ecologia e economia**. São Paulo, Senac, 2013.
- GIBBS, D. **Sustainability Entrepreneurs, Ecopreneurs and the Development of a Sustainable Economy**. Greenleaf Publishing Ltda, United Kingdom, p. 63-78, 2009.
- KRENAK, A.; BATALHA, E. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia Das Letras, 2021. p. 104.
- MALTHUS, Thomas. **Malthus: Princípios de Economia Política**. LeBooks Editora, 2017.
- PARRISH, B. D. **Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design**. Elsevier Ltda.: Journal of Business Venturing, United Kingdom, v. 25, p. 510-523, 2010.
- PENTEADO, H. **Ecoeconomia: uma nova abordagem**. São Paulo: Editora Lazuli, 2008. 224 p.