

Entre motivações e desafios: A saga dos empreendedores sustentáveis

Autor(es): Joana Sthefanny Gomes Costa dos Santos¹; Luiz Ayran Sousa Costa²; Vinicius Tabosa dos Santos³; Felipe Estevam Costa dos Santos⁴; Benedita Marta Gomes Costa⁵

¹Engenharia da Computação, UFC; joana12costa95@gmail.com ²Administração, FLF; ayransousa100@gmail.com;

³Engenharia da Computação, UFC; viniciustabosa052@gmail.com, ⁴Educação Física, UAB, UVA; felipeestevam629@gmail.com ⁵Administração, CCSA, UVA; marta_costa@uvanet.br

Resumo

Investigar as motivações do empreendedor na área da sustentabilidade, enfatizando os entraves na gestão das empresas se constitui no objetivo geral do presente artigo. Para coleta de dados foi aplicado entrevistas aos empresários que desenvolvem atividades na área da sustentabilidade, especificamente os residentes na Rota Mirantes da Ibiapaba. A partir dos estudos realizados e informações analisados foi possível verificar que dentre os itens motivacionais para implementação do empreendimento na área sustentável foi destacado a identificação de uma oportunidade de negócio e a possibilidade no aumento da renda. Quanto às dificuldades foi observada a falta de apoio financeiro quando comparado aos empreendedores tradicionais.

Palavras-chave: *Triple bottom line*, Rota turística, Financiamento

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o empreendedorismo tem sido visto como um catalisador de soluções para problemas de sustentabilidade (MEEK *et al.* 2010) e uma força central na desenvolvimento de uma economia ecologicamente e socialmente sustentável (PACHECO *et al.* 2010). A existência de empreendimentos comercialmente viáveis que promovam a proteção ao meio ambiente e a justiça social conquistou atenção da literatura acadêmica e estimulou o afloramento de estudos voltados para o empreendedorismo sustentável (GRECO e JONG, 2017, SOTO-ACOSTA *et al.*, 2016; BOSZCZOWSKI e TEIXEIRA, 2012; PATZELT e SHEPHERD, 2010; HALL *et al.*, 2010).

No Brasil o tema sustentabilidade vem se destacando no que concerne ao comportamento do consumidor. Estudo do Sebrae realizado em 2012 revelou que 79% dos proprietários dos pequenos negócios sabem que as ações sustentáveis podem atrair mais clientes. A sustentabilidade tornou-se, então, uma meta global a se alcançar pelos governos, empresas privadas, terceiro setor e sociedade em geral, por meio da construção de procedimentos sustentáveis que realizem ações sistemáticas que busquem não apenas preservar os ecossistemas e a biodiversidade, mas também proporcionar a melhoria das condições socioeconômicas das comunidades onde as organizações estão inseridas. No Estado do Ceará essa temática vem se destacando no que concerne a implementação das rotas turísticas, especificamente a Rota Mirante da Ibiapaba, instituída através da Lei Estadual nº 17.596, 03.08.2021 (D.O. 05.08.21), tendo como um dos objetivos promover a preservação do patrimônio cultural e do meio ambiente na Serra da Ibiapaba.

Nesse sentido, a compreensão dos fatores motivacionais e os desafios enfrentados pelos empreendedores sustentáveis possibilitarão propor ações de formação de recursos humanos e sugestões para traçar políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento do empreendedorismo na região em tela. Dessa forma, sob o quadro teórico, definiu-se o seguinte questionamento de pesquisa: Quais as motivações, desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores sustentáveis residentes na Rota Mirantes da Ibiapaba?

A partir desse questionamento o presente artigo tem como objetivo geral investigar as motivações e os entraves na gestão do empreendedor sustentável que atua na Rota Turística

do Mirante da Ibiapaba.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho se constituiu de uma pesquisa de campo de natureza exploratória (GIL, 2002). Quanto a análise dos dados, realizou-se pesquisa de cunho quali-quantitativo, buscando-se identificar alguns aspectos relevantes à pesquisa.

A fase qualitativa do estudo se deu através das entrevistas com os idealizadores de empreendimentos sustentáveis, através do questionário semiestruturado; subdividido em quatro blocos de perguntas, sendo elas referentes a: Identificação e formação da empresa; Histórico da empresa; Motivações para o empreendimento e Dificuldades encontradas na gestão. Já a fase quantitativa se deu através da técnica de coleta presente no questionário, onde foi utilizado a escala *Likert* para definir características do perfil do entrevistado em que o respondente poderia escolher o grau de relevância da característica citada pelo entrevistador, optando por números de 1 a 5, onde quanto mais próximo de 1 apresenta fraca a característica e quanto mais próxima de 5 considera forte.

A localização das empresas ocorreu através de buscadores online, especificamente, o *google* através das palavras-chave: parque, pousadas, produção de rosas, empreendimento sustentável, camping, mirante, turismo ambiental, rota mirantes da Ibiapaba. O critério de escolha dos empreendimentos se deu a partir da evidência de que esses atendiam as três dimensões de valor: Econômica, ambiental e social, por meio de práticas sustentáveis (BARBIERI *et. al*, 2004).

Após a localização dos empreendimentos foram realizadas 28 entrevistas englobando empresários inseridos nos seguintes setores: hoteleiro, camping, floricultura, fruticultura, restaurante, montagem de equipamentos de energia solar, parques e pousadas. Todas as entrevistas foram gravadas e em seguida transcritas em programas de texto. Para análise dos dados foi utilizado a técnica da análise de conteúdo (MINAYO, 2014).

3 ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra coletada, verificou-se que 37,5% dos empreendimentos surgiram a partir de 2016, sinalizando a jovialidade dos empreendimentos na área do empreendedorismo sustentável. Quanto às funções dos entrevistados estes se identificaram como: Proprietário, Administrador ou Gerente administrativo.

Com relação ao grau de instrução dos empreendedores foi observado que estes apresentavam em sua maioria ensino superior (42,35%) seguido por ensino médio (36%) e 21,55% com nível Fundamental. Esse dado é importante quando se analisa o relatório GEM (2023) quanto ao empreendedorismo estabelecido, quando se verificou que o empreendedorismo estabelecido apresentou aumento na taxa entre os mais escolarizados (21%).

Questionados quanto à estimativa de atuação na área antes da montagem do negócio, com exceção dos empreendimentos familiares, que correspondem a 31,25% da amostra, não ocorreram respostas afirmativas. Porém, os entrevistados ligaram a opção por essa área ao citarem as memórias afetivas elaboradas vivenciadas durante a infância (participação em acampamento, férias em fazendas ou sítios de familiares, entre outros).

Ao se analisar a atividade exercida pelos empresários antes da criação do negócio, constatou-se que a atividade exercida anteriormente não apresentava relação com a temática sustentabilidade. Indicando que ao iniciar o novo negócio o empreendedor passou por um processo de ruptura com a formação e experiência profissional até então exercida.

Como justificativa para início do negócio citaram o vislumbre de aproveitar dar uso ao terreno, de propriedade privada, situado no entorno de parque ambiental público;

conhecimentos empíricos relacionados a temática ambiental; vislumbre de oportunidade para continuar os negócios da família ou de uma necessidade local. Quanto ao início das atividades empresariais 44% dos entrevistados afirmaram não ter feito nenhum tipo de plano de negócio ou planejamento estratégico; 38% relataram que o fizeram posteriormente com o auxílio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e apenas 18% empreendimentos contaram com um plano de negócio desde o início.

Durante a análise das entrevistas foi possível verificar que na Rota Mirantes da Ibiapaba os empresários participam de forma efetiva das ações exercendo de forma conjunta - autonomia na tomada de decisão, sem a necessidade de uma instituição para articular o grupo de empresário. Tal dinâmica pode está atrelada a formalização através da Lei Estadual nº17.596, 03.08.2021 (D.O. 05.08.21) da Rota dos Mirantes da Ibiapaba vinculada ao potencial turístico da região com a existência do Parque Nacional de Ubajara no qual conta, no seu interior, com um teleférico (bondinho) - administrado pelo Governo do Estado do Ceará, através da Secretaria de Turismo.

Características dos Empreendedores

Foi possível identificar que entre as características mais citadas como importantes foram: Ter iniciativa, para a criação e durante a gestão do negócio; ser criativo na implementação de melhorias e inovações, e persistente na criação e superação de entraves. Essas três principais características citadas obtiveram 80% de concordância total.

Sobre essa ótica, Shane e Venkataraman (2000) desenvolveram estudos que buscam dar suporte ao fenômeno empreendedorismo, os autores apontam para a complexidade do tema e advogam que essas, não dependem somente de atributos pessoais, mas também das consequências externas das atitudes que o empreendedor desenvolve ao criar algo novo. Nessa perspectiva foi solicitado aos entrevistados que indicassem por ordem de prioridades os fatores motivacionais que impulsionaram o início do empreendimento na área da sustentabilidade.

Apesar da heterogeneidade de motivações apresentadas, foi possível identificarmos itens julgados como muito importantes pelos respondentes, entre ele: Desejo de ter o próprio negócio e conquistar autonomia, a identificação de uma oportunidade de negócio e a possibilidade no aumento da renda.

Durante a entrevista, as demais respostas recorrentes, algumas de forma simultânea, para a motivação da criação do negócio foram: A possibilidade de gerar um impacto econômico na área em que residem; gerar empregos; experiências vividas; gostos pessoais; a possibilidade de melhorar a própria qualidade de vida, bem como, a possibilidade de preservar e cuidar do ambiente no qual estão inseridos de forma a reduzir os danos causados pelas ações humanas.

Quanto a esses impulsionadores citados, um caso que a princípio chamou atenção foi o de um dos empreendedores ter visualizado a possibilidade de unir esses aspectos a partir de um curso online em que era aluno. O mesmo relatou a percepção do aumento da demanda do produto da empresa na qual era sócio e percebeu a possibilidade de crescimento e de contribuição com o futuro das gerações. A respeito dessa contribuição, também foi recorrente ouvirmos dos gestores respostas ligadas à preservação da natureza obtida pela atuação nesse tipo de empresa. Essas aspirações evocam a caracterização do termo sustentabilidade que é atrelada ao fato de gerar, simultaneamente, benefícios econômicos, sociais e ambientais — conhecidos como os três pilares do desenvolvimento sustentável (HART; MILSTEIN, 2003).

No relato é possível perceber não só a visão de convivência harmônica com a natureza, mas também a busca pela conscientização do público-alvo do empreendimento, dos funcionários e da comunidade de entorno. Nota-se aqui, que o empreendedor em

sustentabilidade se difere do empreendedor comum por sua visão voltada ao equilíbrio sustentável, de forma a reduzir o impacto ambiental causado por suas ações, gerar renda e melhorar a comunidade em que está inserido (através do emprego e conseqüentemente da renda).

Quanto ao uso do programa de demissão voluntária, possibilidade de recebimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) ou a condição de desemprego não tiveram relação com a motivação para o surgimento do empreendimento, visto que esses receberam em média 90% de discordância total. Outro dado que não obteve um grau expressivo de relevância foi a possibilidade de empregar familiares no negócio, fator que obteve apenas 82% de discordâncias totais ou parciais.

Desafios dos Empreendedores

Entre os desafios citados relacionadas a gestão dos empreendimentos sustentáveis foi citado a falta de apoio dos órgãos públicos quanto ao aporte de recursos financeiro destinado ao setor, seja no processo de implementação do negócio ou de melhorias. Cabe enfatizar que em torno de 75% dos empreendedores contaram apenas com recursos próprios para montar o empreendimento.

Argumentaram, ainda, que por se diferenciarem dos negócios tradicionais (geralmente não apresentam retorno ambiental e social) os empreendimentos na área sustentável não contam com uma linha diferenciada quanto ao processo de abertura e instalação do empreendimento. Neste caso citaram que os procedimentos burocráticos deveriam se diferenciar dos negócios tradicionais tendo em vista que no âmbito ambiental o empreendimento trará retorno para o meio ambiente no qual está situado. Citaram ainda a falta de incentivos para implementação desses empreendimentos, tendo em vista, esses contarem os mesmos procedimentos burocráticos para terem a instalação liberada junto aos órgãos públicos (licenças e alvarás obrigatórios).

Sobre essa ótica, Pacheco *et al.* (2010) aponta também para esses custos e dificuldades de implementação, pois esse tipo de produto ou serviço exige maiores investimentos que muitas vezes o tornam inviáveis para a comercialização. Um dos quesitos estudados que não apresentou relevância foi o fator concorrência. Segundo os entrevistados, o surgimento de novos empreendimentos é um importante fator para impulsionar o negócio. Tendo em vista, que o cliente quando se hospeda em um espaço tendo o meio ambiente como esse, durante o período de estada, busca conhecer outros locais com atividades semelhantes, bem como, conhecer os aspectos culturais do município no qual o empreendimento está localizado. Assim, a concorrência propicia ao cliente um leque de opções voltados para realização de visitas e atividades culturais e ambientais, proporcionando diferentes vivência durante o tempo em que está hospedado.

Os gestores comentaram a busca por melhorias constantes e inovações e investimentos em diferenciais na área como forma de se manter no ramo. No âmbito da gestão do empreendimento os entrevistados citaram como dificuldades a falta de mão de obra qualificada e de apoio por parte do público, em ações voltadas à preservação. Esses dados vão ao encontro da pesquisa desenvolvida por Hoogendoorn, Van der Zwan e Thurik (2019) os quais observaram que os empreendedores sustentáveis enfrentam a existência de barreiras institucionais em termos de falta de apoio financeiro, administrativo e informacional na abertura da empresa, quando comparado aos empreendedores regulares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos dados quantitativos foi possível identificar que dentre as características do

gestor em sustentabilidade destacaram-se: Ter iniciativa, criatividade e persistência. Quanto aos fatores motivacionais os entrevistados citaram: O desejo de ter o próprio negócio, percepção de uma oportunidade e a possibilidade no aumento da renda. Além disso, surgiram outras motivações não previstas no referencial teórico, entre elas a possibilidade de gerar impactos econômicos na área e a satisfação pessoal existente ao se inserir nesse tipo de empreendimento.

Quanto às dificuldades apontaram para o excesso de burocracia existente, a falta de incentivos financeiros iniciais e na implantação de melhorias, a escassez de pessoal qualificado e a busca por parte dos clientes por um menor custo. Cabe destacar que a redução do custo para o cliente foi apresentado como um dos maiores desafios para empreendedores. Esse ponto está relacionado a atividade turística no Brasil, pois essa ainda se restringe a uma minoria da população no Brasil, a uma camada economicamente favorecida (SANTOS, SANTOS, 2011).

AGRADECIMENTOS:

Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap) através do projeto: MLC-0191-00390.01.00/22 SPU nº 06797130/2022.

BIBLIOGRAFIA

BARBIERI, J. C. **A educação ambiental e a gestão ambiental em cursos de graduação em administração: objetivos, desafios e propostas.** [S. l.: s. n.], 2004. v. 38.

BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. **O Empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: Em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais.** 29. ed. [S. l.: s. n.], 2012. 141-168 p. v. 12.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2002.

GRECO, A.; JONG, G. Sustainable entrepreneurship: definitions, themes, and Research gaps. **Campus Frysland**, [s. l.], 27 set. 2023. Disponível em: https://www.rug.nl/cf/pdfs/wps6_angela.pdf. Acesso em: 1 maio 2023.

HALL, J. *et al.* **Sustainable development and entrepreneurship: past contributions and future directions.** [S. l.]: Journal of Business Venturing, 2010. 439-448 p.

HART, S.; MILSTEIN, M. Global sustainability and the creative destruction of industries. **Sloan Management Review**. 2019. 41(1): 23–33.

MEEK, W.; PACHECO, D.; YORK, J. **The impact of social norms on entrepreneurial action: evidence from the environmental entrepreneurship context.** 9. ed. [S. l.: s. n.], 2010. 493-509 p. v. 25.

MINAYO, M. C. *et al.* **Métodos, técnicas e relações em triangulação: Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais.** Rio de Janeiro: Editoria Fiocruz, 2014.

PACHECO, D.F.; DEAN, T.J.; PAYNE, D.S. **Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development.** 5. ed. [S. l.: s. n.], 2010. 464-480 p. v. 25.

PATZELT, H.; SHEPHERD, D. **Recognizing opportunities for sustainable development: Entrepreneurship Theory and Practice.** [S. l.: s. n.], 2010. p. 635-652

SANTOS, A. V. SANTOS, M. T. **Marketing turístico.** Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. 51 p.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217–226, jan. 2000.

SOTO-ACOSTA, P.; CISMARU, D.; CIOCHINA, R. **Sustainable Entrepreneurship in SMEs: A Business Performance Perspective.** 342. ed. [S. l.: s. n.], 2016. v. 8.