

ECOEMPREENDEDORISMO: OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS E SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NO ESTADO DE MATO GROSSO

Ivana Aparecida Ferrer Silva

Laura Aparecida Dorileo

Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT

RESUMO

A ameaça à sobrevivência humana, em face da degradação dos recursos naturais, a extinção das espécies da fauna e flora, o aquecimento global causado pela emissão de gases poluentes fizeram a questão ambiental ocupar um lugar de destaque nas discussões do mundo atual. Esta monografia tem por objetivo identificar as oportunidades de negócios voltadas ao desenvolvimento sustentável como forma de diferencial competitivo e estratégico que possam amenizar e ajudar na solução desses problemas, contribuindo para um ambiente favorável às futuras gerações. Evidencia-se, ainda, a fundamental importância do ato empreendedor para se atingir um desenvolvimento sustentável, surgindo, desta forma, um novo conceito – ecoempreendedorismo. Através da pesquisa em empresas eco-empendedoras do Estado de Mato Grosso, foi analisada a situação atual desses negócios frente ao contexto da sustentabilidade. Dessa forma, procurar-se-á, no decorrer deste trabalho, propor uma reflexão sobre o novo modelo de empreendedorismo, estimulando a mobilização da sociedade, das empresas e instituições às questões sócio-ambientais.

Palavras-chaves: Empreendedorismo, Desenvolvimento Sustentável, Ecoempreendedorismo.

ABSTRACT

The threat to the human being survival, in face of the natural resources degradation, the fauna and flora species extinguishing, the global heating caused by the pollutant gas emission made the environment matter to occupy a eminence place in the current world's discussions. This monograph has as an objective to identify the business opportunities directed to the sustainable development as a form of competitive and strategical differential that can brighten up and help in the solution of these problems, contributing toward a favorable environment to the future generations. It is proven, still, the fundamental importance of the enterprising act to reach a sustainable development, appearing, in such a way, a new concept – ecoentrepreneurship. Through the research in the State of Mato Grosso's ecoentrepreneurs companies, the current situation of these businesses was analyzed according to the context of the sustainability. This way, will be researched in this work, to propose a reflection on the entrepreneurship new model, stimulating the mobilization of the society, the companies and institutions to the society and environmental questions.

Keywords: Entrepreneurship, Sustainable Development, Ecoentrepreneurship.

O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL VERSUS EMPREENDEDORISMO

A situação do meio ambiente no Globo desafia a humanidade a preservar os recursos naturais e, ao mesmo tempo, possibilitar um desenvolvimento social justo, permitindo que as sociedades humanas atinjam uma melhor qualidade de vida em todos os aspectos, colocando em ação todas as premissas do desenvolvimento sustentável. A necessidade de consolidar novos modelos de desenvolvimento exige a construção de novas alternativas de utilização dos recursos, orientada por uma racionalidade ambiental e uma ética da solidariedade. Nesse contexto, surgem inúmeras oportunidades de empreender impulsionando o desenvolvimento sustentável e construindo um novo conceito de negócios, o ecoempreendedorismo, orientado na busca de inovações que proporcionem benefícios ao meio-ambiente e à sociedade e, como contra partida, garantir uma alternativa sustentável de geração de riqueza tanto para empresa como para sociedade em geral.

O conceito ecoempreendedorismo tem como proposta empreender de forma sustentável, utilizando inovações ligadas à prática ecologicamente correta. É o empreendedorismo com foco na sustentabilidade ambiental, de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável. Os negócios relacionados ao meio ambiente estão em intenso crescimento, gerando várias oportunidades dentro deste nicho de negócios sustentáveis, proporcionando, assim, algum tipo de benefício para o meio-ambiente, seja na prevenção ou na remediação de problemas gerados pelo processo produtivo e na criação de produtos.

“É o segmento de mercado que reúne produtos e serviços que se propõe solucionar problemas ambientais ou que utilizam métodos mais racionais de exploração dos recursos naturais para a produção de bens e serviços, baseando-se nos critérios de sustentabilidade” (REIS, 2005, p.103).

Ecoempreendedorismo é uma nova forma de empreender que se torna à resposta natural ao novo cenário, aos problemas sociais e econômicos que se apresentam na atualidade. Auxilia a transformar material descartado (lixo) em matéria-prima, produtos naturais em lucros verdes e a concretizar a visão de crescimento econômico através de um desenvolvimento sustentável ético, porém, lucrativo. Segundo Miranda (2006) “Ecoempreendedorismo: é transformar, inovar, atendendo aos princípios básicos do socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável”.

O segmento de negócios sustentáveis possui um grande potencial de crescimento. Os primeiros resultados que apontam para essa expansão deve-se a dois importantes fatores: (1) uma mudança cultural dos consumidores, exigindo maior responsabilidade social e ambiental das empresas; (2) uma mudança cultural dos empresários, que aprenderam com os erros do passado e que agora sabem que um produto ecologicamente correto deve ter, antes de mais nada, qualidade no mínimo igual a de seus concorrentes. Além desse crescimento, as empresas ganham também com a redução de custos de processos e da exposição de seus passivos ambientais na utilização de práticas ecologicamente corretas.

O crescimento da consciência ecológica e do conhecimento sobre as conseqüências do atual modelo de desenvolvimento sobre o meio ambiente têm trazido profundos questionamentos a diversos setores da atividade humana, sobretudo àqueles cujo produto final

pode provocar impactos diretos no equilíbrio dos ecossistemas, colocando em risco a própria sobrevivência do homem na Terra.

O Ecoempreendedorismo contribui para o Desenvolvimento Sustentável, reforça a competitividade das empresas, melhora os indicadores de sua ecoeficiência em termos econômicos e ecológicos, estimulando a criação de um sistema de produção inteligente para catalisar a multiplicação de empresas promotoras da sustentabilidade. É uma tendência cada vez mais seguida pelas empresas e valorizada pelos consumidores, trazendo ao mercado produtos que aliam ecoeficiência, redução dos impactos sobre o meio ambiente e diminuição de custos. Quando a empresa absorve este conceito, ela ganha porque aprimora sua imagem e melhora seus resultados econômicos. Ganham também a sociedade e as pessoas que participam dessas decisões, ao estarem contribuindo com uma questão que também é social. O ecoempreendedor tem o poder de capitalizar oportunidades de negócios favoráveis ao meio ambiente, utilizando da sua capacidade empreendedora a favor do desenvolvimento sustentável, unindo, assim, esses dois conceitos que formam o significado do ecoempreendedorismo.

Nesse contexto, a pesquisa objetiva identificar que oportunidades de negócios sustentáveis existem no Estado de Mato Grosso e analisar se as empresas estão adotando a variável ambiental como diferencial competitivo e estratégico no Estado. Serão apontadas as maiores dificuldades das empresas que praticam o ecoempreendedorismo.

A pesquisa é descritiva-explicativa e foi operacionalizada através de estudo de caso comparativo, identificando casos de sucesso das empresas sustentáveis de Mato Grosso. Como universo foram consideradas todas as empresas que fizeram parte do XII Encontro Internacional de Empreendedores e que eram empresas do Estado de Mato Grosso, sendo um total de 53. A amostra foi intencional, a seleção foi constituída de elementos que foram considerados mais representativos ao universo pesquisado, sendo dada preferência às empresas do Estado de Mato Grosso e às que se propuseram a preencher o questionário a contento. Deste modo, foram pesquisadas 09 empresas.

3 ESTUDO DAS EMPRESAS ECOEMPREENDEDORAS EM MATO GROSSO

Os resultados obtidos pela pesquisa apresentaram a realidade de empresas que já praticam o ecoempreendedorismo. Essas empresas foram analisadas de forma comparativa, caracterizando-as com seus produtos e serviços, com seus diferenciais. Foram identificadas, também, as práticas ecologicamente corretas mais usadas e mais aceitas pelo mercado, os estímulos e incentivos para se empreender nesse segmento, as dificuldades, as fontes de informação, de modo geral a situação atual onde essas empresas estão inseridas.

3.1 BAMBUZERIAS DE MATO GROSSO

Bambuzerias de Mato Grosso é formada pela Bambuzeria São Sebastião, no município de Chapada dos Guimarães, e a Bambuzeria Santo Antonio do Rio Abaixo, no município de Santo Antonio do Leverger. Foram implantadas respectivamente nos anos de 2002 e 2003 e surgiram como fruto de uma parceria entre o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) em Mato Grosso, a Bambuzeria Cruzeiro do Sul, de Belo Horizonte, Minas Gerais – uma das mais avançadas do Brasil - e prefeituras municipais.

Funcionam em sistema de cooperativas e empregam, em média, 60 pessoas cada, todas excluídas do mercado de trabalho e da sociedade, incluindo ex-presidiários e portadores de necessidades especiais.

O bambu é conhecido há milênios e utilizado para as mais diversas funções do cotidiano, como estruturas de casas, telhas, objetos utilitários e decorativos. Além de serem mais leves, resistentes e confortáveis, os produtos são de baixo custo. É uma matéria-prima renovável e totalmente biodegradável. O processo de fabricação nas bambuzerias é totalmente manual, baseado nos conceitos de desenvolvimento sustentável, como práticas de aproveitamento de resíduos e a emissão zero de poluentes, tendo a qualidade como conceito

básico. As peças utilizam material ecologicamente correto, com design que permite aliar o resgate de atividades artesanais às exigências do mercado atual.

Os produtos fabricados pelas bambuzerias possuem certa semelhança. Na Bambuzeria São Sebastião são produzidos sofás, mesas, cadeiras, bancos, estantes, luminárias, objetos decorativos e utilitários e artefatos diversos de bambu. Primeiramente, o produto principal da bambuzeria era o brinquedo pedagógico de montar BANCRIAR, composto por módulos que se encaixam para formar objetos variados, no estilo dos brinquedos Lego e Playmobil. Depois de alguns estudos de mercado e adaptações, a bambuzeria passou a trabalhar com foco em móveis de bambu. Além das peças de bambu, a bambuzeria produz bolsas, porta-retratos, álbuns, envelopes feitos em papel artesanal com fibra artesanal de bagaço de cana de açúcar.

As bambuzerias tiveram o Sebrae MT como parceiro, que contribuiu com o seu crescimento, com o apoio logístico e de comercialização. Conforme a pesquisa, com as parceiras estabelecidas, as duas bambuzerias, juntas, venderam uma remessa de quase quatro mil peças para rede de lojas “Tok&Stok”, que foram comercializadas nas 23 lojas do Grupo, em 10 Estados brasileiros.

A grande dificuldade das Cooperativas foi de alinhar a fabricação dos produtos com o padrão de qualidade exigido pelo mercado. Contaram com o apoio da Faculdade de Arquitetura, Engenharia e Tecnologia da UFMT, que deram o suporte necessário para a aprovação dos produtos no mercado. Outras dificuldades como: escassez da matéria-prima, aquisição de máquinas e equipamentos, busca de espaço físico adequado, identificação dos produtos com embalagens e códigos de barras, foram dificuldades enfrentadas e desafios que estão sendo superados pelas bambuzerias.

O mercado brasileiro tem relevante aceitação aos produtos produzidos pelas Cooperativas. Segundo as bambuzerias, isso se resultou pelas características do produto, por serem ecologicamente corretos e por terem responsabilidade social frente à comunidade onde estão inseridos, dando oportunidade para os menos favorecidos no mercado de trabalho, gerando, assim, emprego e renda.

3.2 BIOAGREPA

BioAgrepa é a marca dos produtos da Cooperagrepa – Cooperativa dos Agricultores Ecológicos do Portal da Amazônia – norte do Estado de Mato Grosso. O Portal da Amazônia em Mato Grosso compreende uma área de 60.101 quilômetros quadrados, abrangendo dez municípios: Alta Floresta, Carlinda, Guarantã do Norte, Marcelândia, Matupá, Nova Guarita, Nova Santa Helena, Novo Mundo, Peixoto de Azevedo e Terra Nova do Norte.

A Cooperativa nasceu da união de pequenos agricultores familiares da região, os quais tiveram como estímulo para o início deste trabalho uma experiência bem sucedida no Estado de Santa Catarina. Os membros da Cooperativa têm como foco de trabalho resgatar o equilíbrio ecológico através da agricultura orgânica e da comercialização de produtos florestais não-madeireiros.

O diferencial dos alimentos orgânicos da BioAgrepa é que os produtos não contêm agrotóxicos, adubos químicos, organismos geneticamente modificados, hormônios de crescimento, anabolizantes ou antibióticos; os produtos são alimentos orgânicos, saudáveis que preservam o meio ambiente e contribuem para o desenvolvimento sustentável. Tem como filosofia utilizar de mecanismos que sejam socialmente justos, equilibrando, de forma sustentável, solo, água, plantas, animais, insetos e microorganismos entre outros elementos da natureza.

Para a Cooperagrepa, o conceito de orgânico também contempla aspectos sociais, como o envolvimento de agricultores familiares no sistema de produção, a não contratação de mão-de-obra infantil, regularização legal dos funcionários que trabalham com empresas envolvidas na cadeia produtiva, entre outras ações e responsabilidades que norteiam as boas práticas de atuação.

A cooperativa trabalha com práticas de agricultura orgânica, preservação do solo, utilização de ecotecnologias para produção, educação ambiental junto às pessoas da comunidade, responsabilidade sócio-ambiental frente aos clientes e consumidores expressando, assim, as várias alternativas utilizadas para a preservação do meio ambiente. O desenvolvimento dessas práticas resultou-se da sensibilização da comunidade frente ao aumento das áreas degradadas onde está localizada a Empresa.

Espécies como a castanha do Brasil, o guaraná e o buriti são frutas nativas no Portal da Amazônia. Esses produtos são colhidos, processados e embalados nas próprias agroindústrias localizadas nas comunidades, com a inspeção da Ecocert, Empresa de certificação de renome internacional, o que garante qualidade e pureza para os consumidores e maior valor agregado para as comunidades. Envolve uma comunidade de 07 famílias em Alta Floresta.

Para a Cooperativa, segundo a pesquisa, mais incentivos deveriam existir para impulsionar o empreendedorismo neste segmento de mercado, principalmente na busca de soluções sustentáveis, o que geraria um ambiente favorável para novos negócios. A BioAgrepa tem como parceiros que ajudam em seu desenvolvimento o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em Mato Grosso; Embrapa; Governo do Estado e as Prefeituras das cidades que compõem o Portal da Amazônia, tendo, também, como fonte de informação para adaptar as práticas da empresa ao contexto da sustentabilidade, missões técnicas e consultorias especializada realizadas por essas instituições.

As maiores dificuldades enfrentadas pela cooperativa para produzir e comercializar seus produtos é a falta de conhecimento e sensibilização do mercado consumidor, que, na maioria das vezes, por não saber da importância do produto, não dão a devida preferência, deixando de adquirir um produto que contribui para saúde e bem-estar de quem o consome, como também contribui para preservação do meio ambiente e da sociedade. Além disso, segundo a pesquisa, a Cooperativa tem certa dificuldade no processo de divulgação dos produtos nos canais de informação e reclama que a mídia ainda não dá um enfoque merecido aos produtos ecológicos.

Na questão sobre a valorização de ações ecoempreendedoras, segundo a Cooperativa, a participação do mercado brasileiro ainda é pequena. Cidades como Rio de Janeiro e São Paulo já estão em um processo um pouco mais avançado na aceitação e valorização desses produtos. O ecoempreendedorismo, para a Cooperagrepa, é realmente valorizado em países de primeiro mundo, como os países da Europa, sendo assim, um grande mercado a ser conquistado.

3.3 BIOMENDES

É uma empresa de produtos naturais, que também presta assessoria e consultoria nesta área, já tendo 8 anos de mercado, se situa na cidade de Várzea Grande em Mato Grosso e tem como base o trabalho familiar.

A origem da Empresa se deu com a criação de abelhas e a partir disso, viu-se a oportunidade de comercializar produtos ecológicos, iniciando, assim, com o mel.

Atualmente a empresa produz: Mel e derivados; guaraná; e fitoterápicos.

Para a produção desses produtos, a empresa possui alguns processos sustentáveis, como: construções verdes, agricultura orgânica, preservação do solo, educação ambiental, responsabilidade sócio-ambiental; reflorestamento com plantas nativas, garantindo a sustentabilidade da empresa e do ambiente onde está inserida.

Para o proprietário da Empresa, o que estimulou o trabalho neste mercado foi a vontade de colocar em prática as premissas do desenvolvimento sustentável, por acreditar no resultado que esse trabalho pode trazer para a sociedade.

Para a empresa Biomendes, há pouca conscientização da importância de se valorizar e incentivar empresas ecoempreendedoras, entre os consumidores, fornecedores, funcionários,

Governo, entre a sociedade como um todo, levando a empresa a ter grande dificuldade na comercialização dos produtos, pelo desconhecimento e a falta de informação dos consumidores.

A Biomendes, conforme a pesquisa, tem foco no produto ecologicamente correto e tem papel importante na sensibilização da sociedade frente ao ecoempreendedorismo, porque prega a bandeira da sustentabilidade em todos seus produtos e atitudes, trabalhando, assim, com resultados a longo prazo para a sustentabilidade das gerações futuras, conforme dita o conceito de desenvolvimento sustentável.

3.4 CERÂMICA LAVAQUI

A Cerâmica Lavaqui é uma empresa com 14 anos no mercado, trabalhando na produção de tijolos. O seu principal produto, atualmente, são os tijolos esmaltados por esmaltação eletrostática, com tinta ecologicamente correta. Esse tipo de tijolo combate a ação destruidora de agentes atmosféricos e isola da umidade do solo. Além disso, possui um acabamento cerâmico mais fino, o que também faz o diferencial desse produto.

A empresa trabalha com algumas práticas sustentáveis nos processos da empresa como:

- a) Reciclagem de resíduos sólidos, reaproveitando os resíduos e as cinzas da produção da cerâmica transformando-os em adubos;
- b) Preservação do solo;
- c) Racionalização na utilização de recursos naturais;
- d) Reutilização de águas;
- e) Educação ambiental entre seus clientes, fornecedores e funcionários;
- f) Utilização de ecotecnologias, como a já mencionada, esmaltação eletrostática.

A Cerâmica Lavaqui passou a dar mais atenção às técnicas e práticas menos agressivas ao meio ambiente por exigência do mercado, que fez com que a empresa se adequasse e implantasse algumas inovações nessa área.

Teve como estímulo e incentivo para essas mudanças, o SENAI MT, que, através do Laboratório de Tecnologia da Cerâmica e da Construção Civil, desenvolveu esse projeto de esmaltação eletrostática, uma tecnologia sustentável que visa a não degradação do meio ambiente, com a diminuição da ação destruidora dos agentes atmosféricos. Esse Laboratório disponibiliza às indústrias de cerâmica suporte necessário para a melhoria contínua da qualidade e produtividade dos processos e produtos.

As maiores dificuldades enfrentadas pela Empresa para empreender nesse ramo foi a falta de investimento em inovação industrial, em tecnologias sustentáveis, e a adaptação da nova cultura da sustentabilidade entre os funcionários e fornecedores, os principais agentes desse processo de mudança.

Para a Empresa, o mercado cada vez mais valoriza ações ecoempreendedoras, exigindo muito mais das empresas ações que beneficiem o meio ambiente, fazendo com que aquelas como a própria Cerâmica Lavaqui, que já está estabelecida no mercado há algum tempo, se adeque à cultura da sustentabilidade, garantindo sua permanência no mercado de forma competitiva e responsável.

3.5 COOPERATIVA MULHERES DE FIBRA

A Cooperativa Mulheres de Fibra, de Nova Olímpia, cidade a 198 km da Capital Cuiabá, no Mato Grosso, produz flores com papel à base de bagaço de cana-de-açúcar. Fundado em 2002, o Grupo tem 15 pessoas que produzem peças de decoração, reaproveitando o bagaço de cana-de-açúcar procedente da Usina de Itamarati, um aproveitamento que não degrada a natureza e resulta em produtos de qualidade, que encanta o mercado.

Esse trabalho começou há 5 anos em um curso promovido pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) em Mato Grosso, que com base em um

diagnóstico e plano de ação do segmento artesanal, constatou-se a falta de um produto típico, característico e diferenciado, com matéria-prima local.

O grupo, no início, teve grandes dificuldades para comercializar seus produtos, pois, não sabiam para quem vender, qual seria o preço dos produtos, dificuldades essas que, com o apoio dos parceiros, foram sendo eliminadas. Atualmente, o Grupo vende para todo Brasil, e já exportaram para países como Estados Unidos, Canadá e Espanha. A dificuldade atual está em atender à grande demanda do exterior, pois o número de pessoas que trabalham na Cooperativa é pequeno, comparado com a demanda de produção.

A Cooperativa tem como marca importante do seu trabalho a valorização e inclusão de mulheres na alavancagem da produção, tendo como estímulo para continuar esse trabalho a valorização do ser humano para a criação de um futuro sustentável. Essa produção artesanal se tornou uma atividade econômica para as famílias de canavieiras fora do período de colheita da cana-de-açúcar. As mulheres trabalham, produzem e vendem o ano inteiro. Antes, essas artesãs eram somente donas-de-casa e na Cooperativa, estão inseridas na sociedade, no processo econômico, apreendendo sobre desenvolvimento sustentável e reproduzindo esse conceito nas suas famílias e na comunidade com um todo.

Segundo a pesquisa, para a Cooperativa, o mercado brasileiro está cada vez mais receptivo e valorizando do trabalho como o das Mulheres de Fibra. Percebe-se isso, pelo crescente aumento da produção a cada dia, pois, o conceito de material reciclado valoriza ainda mais este produto, já que sua matéria-prima é natural e não degrada o meio ambiente.

As Mulheres de Fibra são um exemplo real de ecoempreendedorismo, pois, ao utilizar o bagaço de cana-de-açúcar como uma das matérias-primas de sua produção, contribuem para a sustentabilidade ambiental, promovendo a inclusão social e a geração de renda para a comunidade onde vivem e trabalham.

3.6 CRISTALINO JUNGLE LODGE

O Hotel Cristalino Jungle Lodge localiza-se numa RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural, ao sul da Amazônia brasileira. Faz fronteira com o Parque Estadual Cristalino, que, por sua vez, limita-se ao norte com mais de 2.300.000 hectares da Reserva do Cachimbo, pertencente à Força Aérea Brasileira, integrando uma grande área protegida. O Cristalino Lodge tornou-se um destino internacionalmente famoso para todos os tipos de amantes da natureza e, em particular, aos entusiastas da observação de aves e borboletas, atraindo, também, aqueles que procuram aventuras num ambiente tranquilo e exótico. A infraestrutura do Hotel inclui um longo sistema de trilhas na floresta; possui uma torre de observação com 50m de altura, que se projeta acima da floresta; um rio de águas pretas e límpidas, onde se pode praticar canoagem. Guias residentes treinados auxiliam os visitantes a encontrar animais em seu habitat natural enquanto cuidam da segurança do cliente. Praticam, também, o turismo de aventura, com os esportes de rapel, arvorismo e passeios de bicicleta pelas trilhas da floresta. Possuem equipamentos para uso na floresta e uma biblioteca para que os visitantes possam identificar e aprender sobre o que viram. O hotel de selva combina conforto rústico com respeito à natureza.

O número de turistas que podem visitar o Cristalino é limitado, para assegurar um mínimo impacto para com o meio ambiente. O tamanho dos grupos é de, no máximo, 10 pessoas por trilha. Ainda é proibido atrair animais selvagens por meio de alimentação e não é permitido aos turistas recolher plantas e sementes. Os turistas são convidados a fazer parte da racionalização do uso de roupas de cama e banho nos aposentos.

O Cristalino Jungle Lodge, segundo a pesquisa, enfrentou e ainda enfrenta algumas dificuldades relacionadas ao cenário amazônico como um todo. Essas dificuldades se referem ao processo de desmatamento, queimadas e extração da madeira não manejada que põe em risco o produto principal do Hotel, que é a biodiversidade do local, das águas, fauna e flora.

Para o Hotel, deve ser incentivado pelos órgãos competentes o manejo florestal sustentável para a exploração racional desta área ecológica, tanto pelos madeireiros, pecuaristas, agricultores e toda e qualquer empresa da região, assegurando a manutenção das florestas.

Atualmente, os clientes brasileiros têm mostrado mais interesse por esse tipo de turismo, orientado para preservação ambiental. Embora ainda seja considerada pequena a participação dos turistas brasileiros, se comparado ao número de visitantes estrangeiros. Por esse fato, o Hotel possui um trabalho de sensibilização, de educação ambiental, para despertar esse interesse pelo desenvolvimento sustentável na sociedade.

Desta forma, segundo o Hotel, o ecoturismo não é o único propósito do Cristalino. O principal objetivo é o de preservar a floresta amazônica e contribuir com os esforços de conservação da parte sul da Amazônia que está passando por várias mudanças. O Cristalino apóia projetos de pesquisa científica na área e possui um projeto próprio, Escola da Amazônia, que organiza workshops direcionados especialmente a universitários, estudantes do ensino médio e interessados em geral, com o objetivo de conscientizá-los quanto a questões ambientais e o respeito para com a natureza.

3.7 ELEMENTO DO MATO

A micro empresa Elemento do Mato localiza-se no município de Alta Floresta, norte de Mato Grosso, fabrica produtos de ordem artesanal na arte da marchetaria de cipó, sendo produtos ecologicamente corretos, não agredindo em nada o meio ambiente.

A intenção de trabalhar com produtos ecológicos, segundo a Empresa, se deu com a idéia de elaborar uma linha de peças decorativas com madeira de reflorestamento e cipó, utilizando novas técnicas, ecotécnicas, para sua produção. A idéia deu certo, o produto teve boa aceitação no mercado, pelo seu diferencial em buscar ressaltar a beleza natural dos elementos que compõe a peça.

Atualmente, há uma grande variedade de produtos em peças para decoração, como: portas-jóias, kits para escritório, garrafas decorativas, esferas decorativas e chaveiros, ilustrados pela figura abaixo:

A Empresa enfrenta dificuldades na divulgação dos seus produtos. Usa como estratégia para comercialização a sensibilização, o despertar para a história do produto e seu contexto perante ao desenvolvimento sustentável, com objetivo de incentivar o consumo de produtos ecológicos, bem como a valorização dos mesmos.

3.8 MUNDO ALTERNATIVO

Mundo Alternativo é uma empresa que integra a Incubadora Idéia de Rondonópolis, município que se localiza a 218 quilômetros de Cuiabá. Trabalha dentro da perspectiva do desenvolvimento sustentável, pesquisando e trazendo para o mercado, produtos diferenciados, orgânicos e ecologicamente corretos.

O Ecobrisa é um produto comercializado pela Empresa, que possui uma tecnologia de resfriamento baseada na evaporação de água, fato que, segundo a Empresa, torna o equipamento melhor para a saúde dos usuários e mais adequado ao meio ambiente. Esse produto é licenciado pelo Greenpeace, é indicado para uso comercial e doméstico em áreas de até 20 metros quadrados.

O refrigerador de ar Ecobrisa não utiliza CO₂ (Dióxido de carbono), gás ligeiramente tóxico usado nos condicionadores de ar comum, contribuindo para proteção da camada de ozônio. Ainda tem como vantagem a constante renovação do ar, que evita a concentração de ácaros, odores, poluentes, se tornando mais saudável para o consumidor. E, também, a economia em energia elétrica, que pode chegar a uma redução de até 95% com a utilização do aparelho.

A Empresa Mundo Alternativo trabalha com várias práticas ecologicamente corretas, como: agricultura orgânica, reciclagem de resíduos, preservação do solo, educação ambiental,

racionalização de recursos naturais, responsabilidade sócio-ambiental e utilização de ecotecnologias.

Para a empresa Mundo Alternativo, apesar da fundamental importância desse segmento de mercado verde, ainda não há incentivos governamentais que estimulem o crescimento desse mercado, principalmente na questão dos impostos, que são bastante elevados, das barreiras tarifárias e de toda burocracia, fatores que dificultam o trabalho do ecoempreendedor.

Outra dificuldade é a pouca conscientização popular em relação à necessidade de se consumir produtos ecologicamente corretos e a falta de fornecedores nesse ramo de negócio. Segundo a Empresa, as pessoas reclamam muito do preço dos produtos, pois, não sabem o seu real valor, levando-se em conta os benefícios oferecidos por eles, o que torna o preço justo e compatível.

A empresa busca como fonte de informação para adaptar às práticas da Empresa ao contexto da sustentabilidade, em jornais, revistas, livros, palestras e cursos, conforme a área de atuação.

Segundo a pesquisa, para a empresa Mundo Alternativo a valorização das ações ecoempreendedoras ainda não tem ainda muita significância para a sociedade, acreditando que há um problema sócio ambiental e que, para sua solução, há a necessidade de ações conjuntas envolvendo, não só a solução por meio de produtos e serviços, mas, também, campanhas de esclarecimento e sensibilização, para que a sociedade realmente entenda a importância da questão da sustentabilidade.

3.9 ROCKALL

A Rockall é uma empresa de fertilizantes locada na cidade de Chapada dos Guimarães, em Mato Grosso. A Empresa desenvolve fertilizantes que não danificam, de modo algum, os solos, o meio ambiente, animais ou pessoas, somente somam ao conteúdo do universo mineral do solo, garantindo para as plantas nutrição rica e diversificada.

A Empresa se originou com uma pesquisa há 10 anos atrás, por 3 produtores de alimentos orgânicos que passaram a produzir em pequena escala fertilizantes e corretivos naturais, tendo por objetivo repor, de forma natural, os nutrientes extraídos do solo pela cultura de hortaliças e legumes, elevando a produtividade, sem utilizar adubos ou defensivos químicos.

Atualmente a Empresa trabalha com uma linha de 4 fertilizantes organominerais. Trata-se de um fertilizante bioativo seu conteúdo mineral associado à matéria orgânica incentiva o desenvolvimento de microrganismos do solo e está pronto para ser assimilado pelas raízes das plantas, sendo que o eventual excedente permanece no solo sem ser dissolvido ou transportado pela água das chuvas para a rede hidrográfica.

Apropriado para todos os tipos de cultura, desde vasos de flores, canteiros de hortaliças, jardins, paisagismo, condomínios, campos de futebol e de golfe, até grandes plantações de soja, milho, arroz e algodão, não causam qualquer dano ao solo, ao meio ambiente, animais ou pessoas, mesmo com aplicações maiores do que as recomendadas.

Os produtos Rockall proporcionam e utilizam alguns processos sustentáveis, como: Eleva desenvolvimento dos microrganismos do solo; Libera elementos minerais, aumentando o aproveitamento pelas plantas; Aumenta a capacidade de retenção de umidade e nutrientes; Melhora a estrutura do solo; Reduz a erosão; Melhora a resistência das plantas quanto ao ataque de insetos, organismos patogênicos e doenças fúngicas; Reduz o tempo e o custo de irrigação, uma vez estabelecido o sistema; Melhora o sabor e qualidade nutricional dos alimentos; Crescimento animal saudável, quando utilizado para criação de pastos; Elimina a dependência aos fertilizantes agroquímicos; Protege os mananciais contra a poluição dos fertilizantes solúveis; Proteção aos trabalhadores e famílias à exposição química; Economia no balanço energético; Ingresso na agricultura do futuro, com práticas sustentáveis.

Para a Empresa, a chave da saúde e da longevidade está nos solos bem mineralizados que liberam para as plantas, além do Nitrogênio, Fósforo e Potássio, todo o espectro de minerais e elementos, produzindo alimentos saudáveis, ricos em micronutrientes tais como o Selênio, Gálio, Vanádio, Irídio e Cromo, que previnem contra doenças degenerativas. Hoje, a linha de produtos da Rockall é a única no Brasil e os produtos são certificados pelo Instituto Holístico de Agricultura Orgânica e pela Ecocert, esta última com reconhecimento internacional.

A Rockall acredita que o mercado brasileiro ainda é limitado, pois é preciso sensibilizar a sociedade dos prejuízos causados pela agricultura convencional, alertando e destacando o conceito de segurança orgânica. Segundo a pesquisa, a empresa identifica, também, como necessário para o crescimento deste ramo de negócio, a existência de um maior controle dos órgãos ambientais em Mato Grosso, nas fiscalizações das produções que fazem uso de agroquímicos, agrotóxicos, exigindo a regularização com a utilização de produtos orgânicos. Para Rockall, esta é uma grande dificuldade que impede o crescimento do setor.

A Rockall tem como filosofia de trabalho apoiar a trajetória da humanidade em direção ao desenvolvimento sustentável, com a prática de uma agricultura ecológica e economicamente viável, causando um impacto positivo no ambiente natural e humano.

4.10 ANÁLISE DAS EMPRESAS ECOEMPREENDEDORAS EM MATO GROSSO

Das 9 empresas ecoempreendedoras do Estado de Mato Grosso analisadas, 6 são micro e pequenas empresas e 3 são cooperativas, e, trabalham nos seguintes ramos, conforme a tabela abaixo:

Tabela 1 - Empresas Ecoempreendedoras

Empresas:	Ramo de negócio:
Cooperativa Bambuzerias de Mato Grosso	Móveis e Artesanato
Cooperativa BioAgrega	Produtos orgânicos
Biomendes	Produtos orgânicos
Cerâmica Lavaqui	Cerâmica e Construção Civil
Cooperativa Mulheres de Fibra	Artesanato
Cristalino Jungle Lodge	Ecoturismo
Elemento do Mato	Artesanato
Mundo Alternativo	Produtos ecologicamente corretos
RockAll	Fertilizantes orgânicos

Fonte: Resultados da Pesquisa

Buscou-se caracterizá-las, retratando o diferencial dos seus produtos. Desta forma, constatou-se que todas as empresas pesquisadas trabalham com produtos e práticas ecologicamente corretas. Tratam esse diferencial como fator estratégico e competitivo de mercado, buscando sempre atingir os princípios do desenvolvimento sustentável, que consiste em criar um modelo econômico capaz de gerar riqueza e bem-estar enquanto promove a coesão social e impede a destruição da natureza, como dita a teoria.

Essas empresas, além de possuírem foco em produtos sustentáveis, diferenciados, adotam também outras práticas ambientalmente corretas em vários processos da empresa, desde esquemas de produção até à parte de educação ambiental. Dentre as empresas estudadas as práticas e processos mais adotados por elas foram:

De modo geral, as empresas tiveram como estímulo para iniciar o seu empreendimento sustentável, através das necessidades do mercado, por produtos e serviços ecológicos e por ser um nicho ainda pequeno com grandes possibilidades de crescimento. As empresas utilizaram das oportunidades de cada local, das matérias-primas, do ambiente, da necessidade, das habilidades, entre outros fatores, que contribuem para a criação desses negócios. Mesmo as

cooperativas e as micro empresas que, na maioria, surgem pelo empreendedorismo por necessidade, que é o empreendedorismo motivado pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda, nasceram a partir do objetivo de gerar riqueza de forma sustentável, a favor de toda sociedade. Outro fator, que estimulou o surgimento dessas empresas foi a preocupação do empreendedor com o meio ambiente, buscando construir um ambiente favorável, onde pudesse iniciar seu negócio e, ao mesmo tempo, contribuir com a preservação ambiental e qualidade de vida da sociedade.

Entre as empresas pesquisadas, verificou-se a falta de incentivos governamentais para estimular o crescimento desse setor, como investimentos em inovação, tecnologia, pesquisa e desenvolvimento, incentivos fiscais, fatores que impulsionariam o crescimento deste mercado.

Constatou-se a atuação de algumas instituições como parceiras no desenvolvimento dessas empresas, como o Sebrae MT, Senai MT, Universidade Federal de Mato Grosso e Prefeituras Municipais.

A instituição mais destacada na pesquisa foi o Sebrae MT, realizador do evento sobre ecoempreendedorismo, o XII Encontro Internacional de Empreendedores. O Sebrae tem como missão definida promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das Micro e Pequenas Empresas e fomentar o empreendedorismo. Essas parcerias são fundamentais no aperfeiçoamento das empresas, dando apoio na gestão empresarial, na comercialização, em recursos financeiros, no design dos produtos, no marketing, para conseguirem, assim, se manter no mercado de modo competitivo.

Com unanimidade, a principal dificuldade enfrentada entre as empresas pesquisadas foi a pouca valorização do mercado, consumidores, fornecedores, pela causa dos produtos ecológicos; a falta de sensibilização da sociedade pelo desenvolvimento sustentável. Isso decorre pela falta de informação das pessoas sobre o entendimento real da cultura da sustentabilidade, como, por exemplo, a maioria dos consumidores não tem noção, ou se tem não dão importância, ao estrago que um alimento produzido com agrotóxico pode causar, tanto para as pessoas que o consomem, para quem o produz, para o solo onde é produzido, para água que possivelmente pode contaminar. Um alimento ou qualquer outro produto ou serviço produzido irresponsavelmente, afeta toda uma cadeia, gerando a degradação do meio ambiente, destruição e danos à saúde. Por isso os consumidores devem estar atentos sobre como é produzido determinado produto e o que ele gera ao meio ambiente, para, então, fazer uma escolha justa.

A dificuldade na comercialização devido ao preço dos produtos também é outro fator enfrentado pelas empresas, bem como as dificuldades na divulgação dos seus produtos. Na maioria das vezes, o preço de um produto ecologicamente correto é um pouco mais alto do que um outro produto convencional, pois, o produto ecológico, dependendo de suas características, requer uma tecnologia apropriada, um trabalho mais minucioso e especializado, uma mão-de-obra específica e capacitada, e como há poucos incentivos e subsídios para o desenvolvimento deste segmento de mercado, acaba por encarecer o valor do produto; mas, em contra-partida, gera grandes resultados para quem o consome, agregando valor para a sociedade tendo, assim, um preço justo, pois é um produto elaborado de forma correta em respeito ao meio ambiente e as pessoas.

O mercado para os produtos sustentáveis ainda é restrito no Brasil, mas, já se vê alguns pequenos avanços, as pessoas começam a ficar mais preocupadas, atentas às procedências do produto, na responsabilidade sócio-ambiental das empresas, na hora de decidir a escolha, a compra, valorizando, ainda de forma tímida os produtos ecológicos e as empresas ecoempreendedoras.

Verificou-se que a maioria das empresas pesquisadas tem intenção de exportar seus produtos, algumas até já exportaram, devido, justamente pela grande valorização de produtos e serviços ecologicamente corretos brasileiros em outros países, os quais demandam muitos

desses produtos. Isso ocorre pelo encantamento dos estrangeiros frente à biodiversidade brasileira, que tem todo um potencial para explorar, empreender, valorizar e internalizar a imagem verde em seus produtos, expandindo, assim, seu horizonte em busca de novos mercados.

CONCLUSÕES

Empreender no Brasil, País que é considerado um dos maiores abrigos de vida do mundo e de tamanha biodiversidade e, do mesmo modo, empreender no Estado de Mato Grosso, que é conhecido pela beleza e diversidades de seus quatro grandes ecossistemas – Cerrado, Floresta Amazônica, Pantanal e Depressões – e pela sua pujança econômica, é um grande desafio a ser contemplado. Desafio de grande importância, tanto para o crescimento econômico, como também para sensibilização da sociedade, organização, empresa, à preservação ambiental e ao desenvolvimento sustentável, o que hoje é uma preocupação planetária.

Conclui-se que o empreendedorismo é o movimento fundamental para o desenvolvimento sustentável, pois é através desse movimento que se inicia um processo de mudança econômica, social, ambiental rumo ao desenvolvimento sustentável. O ato de empreender é a fonte que gera riqueza para um país, e se essa fonte mudar seus conceitos, sua abordagem, a sociedade como um todo, irá também se adequar à nova realidade. Por isso, é tão importante incentivar a criação de novos negócios ecoempreendedores, pois serão eles os agentes principais para ruptura de um paradigma e os executores para o surgimento de uma sociedade composta por pessoas, empresas, organizações, governo, mais responsáveis e preocupadas com a efetividade de suas práticas.

O empresário, neste novo papel, deve estar cada vez mais apto a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forças nas áreas ambiental, econômica e social, deixando, também, de ser um passivo ambiental.

Constatou-se com este trabalho que é preciso ainda uma mobilização maior da sociedade para a valorização de práticas ambientalmente corretas. Dentre as empresas estudadas, a grande barreira a ser eliminada para deslanchar o crescimento dos negócios sustentáveis é a mudança da cultura cartesiana, individualista e imediatista da sociedade atual para uma cultura da sustentabilidade, a qual se preocupa com o outro, com o meio ambiente e com o futuro das novas gerações.

Enfim, a conscientização ambiental de massa só será possível com percepção e entendimento do real valor do meio ambiente natural em nossas vidas. O dia em que cada brasileiro entender como esta questão afeta a vida de todos, de forma direta e irreversível, o meio ambiente não precisará mais de defensores. A sociedade já terá entendido que preservar o meio ambiente é preservar a própria pele; e fragilizar o meio ambiente é fragilizar a economia, o emprego, a saúde, e tudo mais. Esta falta de entendimento compromete a adequada utilização de nossa maior vantagem competitiva frente ao mundo: recursos hídricos, matriz energética limpa e renovável, biodiversidade, a maior floresta do mundo e tantas outras vantagens ambientais que o Brasil e, da mesma forma, o Estado de Mato Grosso possui e que atrai o olhar e o interesse do mundo inteiro.

Mas, se nada for feito de forma rápida e efetiva, as próximas gerações serão prejudicadas duplamente pelos impactos ambientais e pela falta de visão da geração atual em não explorar adequadamente a vantagem competitiva de nossos recursos naturais. Diante desse cenário, as empresas estão bem posicionadas para explorar a valorização e práticas ecologicamente corretas e internalizar a imagem verde em seus produtos. Dessa maneira, terão um diferencial competitivo e poderão aumentar o volume de seus negócios, atendendo as exigências regulatórias, dos consumidores e dos fornecedores, garantindo, assim, uma alternativa sustentável de geração de riquezas para toda uma população.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Fernando. O Bom Negócio da Sustentabilidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ARAGON CASTILHO, Carlos Enrique. Desenvolvimento para Conservação: Alternativa Sustentável e Custo Efetiva para Amazônia. 2004. 106 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente) – Departamento de Economia, Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

BARBIERI, José Carlos. Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis: Vozes, 1997.

BERLE, Gustav. O Empreendedor do verde: oportunidade de negócios em que você pode salvar a terra e ainda ganhar dinheiro. Tradução Gladys P. Wiesel. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1992.

CALLEMBACH, E.; CAPRA, F.; GOLDMAN, L.; LUTZ, R. & MARBURG, S. – “Ecomanagement” – Gerenciamento Ecológico – Tradução Carmen Youssef. São Paulo: Cultrix, 1993.

CAVALCANTI, Clovis. Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável. 3.ed. São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco, 2001.

COSTA, Jairo Ribeiro da. Banco de Dados de Empreendimentos Sustentáveis. Disponível em: negocios.amazonia.org.br. Acesso em: 15 de janeiro de 2007.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Disponível em: www.ambientebrasil.com.br. Acessado em 24 de março de 2006.

ECONEGÓCIOS – As “Inovações Verdes” como Oportunidade de Negócios. Instituto Inovação. Disponível em: www.institutoinovacao.com.br. Acessado em 24 de março de 2006.

GEM. Empreendedorismo no Brasil: org. SCHLEMM, M. M. – Global Entrepreneurship Monitor, IBPQ – SEBRAE, 2003.

IBGE - Indicadores de desenvolvimento sustentável : Brasil 2002, Rio de Janeiro: IBGE, 2002. 195 p.

LABIAK, Silvestre. Habitat’s para um Empreendimento Sustentável: Estudo de Ferramentas para Potencializar Práticas Inovativas. 2004. 152 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Programa de Pós Graduação em Tecnologia, Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, Curitiba, 2004.

LAFER, Celso. In: Definindo uma Agenda de Pesquisas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio de Janeiro, 28-29 de novembro de 1994). Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 1996.

LAVORATO, Marilena. A Importância da Consciência Ambiental para o Brasil e para o Mundo. Disponível em: www.ambientebrasil.com.br. Acesso em: 13 de novembro de 2006.

LINS, Clarissa. Sustentabilidade Corporativa. Disponível em: www.fbds.org.br. Acesso em: 05 de janeiro de 2007.

MARCONI, Mara de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. Técnica de Pesquisa. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1986.

McCLELLAND, D. C. A Sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972

MIRANDA, Clovis Nobre. Eco-empresendedorismo. Disponível em: www.mt.sebrae.com.br. Acesso em: 27 de outubro de 2006.

REIS, Leila Rodrigues. Os Desafios do Eco-negócios. Disponível em: www.ambientebrasil.com.br. Acesso em 24 de março de 2006.

SCHMIDHLEINY, Stephan. Fazer mais com menos. Exame, São Paulo, n.17, agosto 2002. p.102-106. Entrevista.