

MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DO EMPREENDEDOR SUSTENTÁVEL: O Caso da Rota Mirantes da Ibiapaba

BENEDITA MARTA GOMES COSTA

JOANA STHEFANNY GOMES COSTA DOS SANTOS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

LUIS AYRAN SOUSA COSTA
FACULDADE LUCIANO FEIJÃO

FELIPE ESTEVAM COSTA DOS SANTOS

VINICIUS TABOSA DOS SANTOS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

Introdução

Políticos, gestores públicos e privados e especialistas têm apresentado interesse pela temática que adaptam roteiros turísticos visando a formação da cidadania permeada por temas voltados para a sustentabilidade. Nesse cenário, o turismo sustentável tem sido apontado 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).

Problema de Pesquisa e Objetivo

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?

Fundamentação Teórica

A estratégia teórica adotada para compreender as motivações dos empreendedores sustentáveis, bem como verificar as dificuldades enfrentadas na condução das empresas emergiu a partir da evidência de que o empreendedorismo sustentável consiste em uma forma específica de empreendedorismo que atende a três dimensões de valores (econômico, ambiental e social) por meio de práticas e processos inovadores e sustentáveis.

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 qualitativo, buscando-se identificar alguns aspectos relevantes à pesquisa.

Análise dos Resultados

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. 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.

Conclusão

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.

Referências Bibliográficas

BELL, J.F. Sustainable Entrepreneurship:: The Motivations & Challenges of Sustainable Entrepreneurs in the Renewable Energy Industry. [S. l.: s. n.], 2012.
BERGSET, L.; FICHTER, K. Green start-ups –: a new typology for sustainable entrepreneurship and innovation research. [S. l.: s. n.], 2015. v. 3.
BERKHOUT, F.; GREEN, K. Managing Innovation for Sustainability:: The Challenge of Integration And Scale.. [S. l.: s. n.], 2002. v. 6.
BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman: [s. n.], 2009

Palavras Chave

Triple bottom line, Rota turística, Financiamento

Agradecimento a órgão de fomento

Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Processo nº MLC 0191.00390.01.00/22 e PB5 0197-00228.01.00/22

MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DO EMPREENDEDOR SUSTENTÁVEL: O Caso da Rota Mirantes da Ibiapaba

Resumo

Investigar as motivações do empreendedor na área da sustentabilidade, enfatizando os os entraves na gestão das empresas se constitui no objetivo geral desse artigo. Para coleta de dados foi aplicado entrevistas aos empresários que trabalham na área da sustentabilidade, localizados no Estado do Ceará, 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 chaves: *Triple bottom line*. Rota turística. Financiamento

1 INTRODUÇÃO

Políticos, gestores públicos e privados e especialistas têm apresentado interesse pela temática que adaptam roteiros turísticos visando a formação da cidadania permeada por temas voltados para a sustentabilidade. Nesse cenário, o turismo sustentável tem sido apontado 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).

Nesse aspecto 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 turismo e empreendedorismo sustentável (GRECO e JONG, 2017, SOTO-ACOSTA et al, 2016). A escassez de recursos naturais, a mudança climática, o crescimento populacional, mudanças demográficas, e a pobreza extrema estão impactando a maneira como os empreendedores veem o futuro. Muitos reconhecem a relevância de tais riscos para as gerações futuras e estão começando a incorporar na sua carteira de ações fatores voltados para a área ambiental e social ao estruturar um novo negócio.

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. A regionalização é a elaboração de um processo de desenvolvimento da atividade, propondo-se focalizar a região e não apenas o município de forma isolada. Isso tem proporcionado a adoção de políticas voltadas para o processo de regionalização. Com base na visão regionalizada, a roteirização torna-se estratégia importante na inserção de produtos diferenciados no mercado e entendida como um processo que estrutura a oferta de uma região, transformando-a em um produto rentável e comercialmente viável.

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 nº17.596, 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.

Cabe enfatizar que o Estado do Ceará dispõe de potencialidades socioeconômicas e capacidades naturais para atrair grandes oportunidades de investimentos. Torna-se oportuno frisar que o Estado do Ceará se diferencia em relação aos demais estados inseridos no Nordeste por dispor do maior percentual (47%) de Unidades de Conservação residentes na região. Nesses espaços tem-se observado grandes avanços nas áreas de ecoturismo, educação ambiental e desenvolvimento sustentável, envolvendo para a tanto a comunidade do entorno, a qual se favorece economicamente e em qualidade de vida.

Nos demais espaços tem-se a oferta de atividades voltadas para o turismo ecológico e cultural (MENDES, 2017) Se por um lado, têm-se a vertente na qual o turismo desponta como uma forma de manter o atrativo natural preservando e desenvolvendo economicamente e socialmente esses espaços. Por outro, estudos recentes observaram que o processo de ocupação e as práticas voltadas para o turismo tem provocado impactos socioambientais negativos (CEARÁ, 2016; VASCONCELOS e CORIOLANO, 2008).

Assim, esses espaços apresentam possibilidades de se desenvolver ações voltadas para o desenvolvimento do empreendedorismo sustentável. Nesse enfoque a presente pesquisa se encontra alinhado com as atuais diretrizes e ações prioritárias do Plano Estadual de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) do Estado do Ceará, especificamente com o objetivo estratégico: Empreendedorismo e Inovação Empresarial e Social que se agrega a estratégia prioritária: Estimular o desenvolvimento de empresas na área de inovação social e tecnologias inclusivas (CEARÁ, 2017). Interliga-se também com a Rota Estratégica Setorial 2025: Meio Ambiente, o qual apresenta no item Negócios Ambientais a visão do Ceará para 2025 “ser reconhecido pelo desenvolvimento de negócios ambientais que contribuam para a sustentabilidade da Indústria do Estado” (FIEC, 2017). No âmbito dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável o presente artigo está vinculado ao objetivo 11, especificamente ao 11.4 - Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo.

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 esse projeto de pesquisa tem como objetivo geral investigar as motivações e os entraves na gestão do empreendedor sustentável que atua na Rota Turística do Mirante da Ibiapaba.

O artigo está estruturado em quatro tópicos, incluindo a introdução. No referencial teórico é abordado discussões envolvendo o tema motivações para empreender. Em seguida, é abordado a metodologia e na seguinte têm-se a análise dos dados com as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A estratégia teórica adotada para compreender as motivações dos empreendedores sustentáveis, bem como verificar as dificuldades enfrentadas na condução das empresas emergiu a partir da evidência de que o empreendedorismo sustentável consiste em uma forma específica de empreendedorismo que atende a três dimensões de valores (econômico, ambiental e social) por meio de práticas e processos inovadores e sustentáveis.

A literatura empírica e teórica que busca a compreensão dos motivos que levam indivíduos à determinada atividade produtiva teve início a partir dos estudos desenvolvidos por McClelland (1972) e Kirzner (1979). Tais estudos, na área do empreendedorismo, enfocaram, inicialmente, certos traços ou atributos intrínsecos ao indivíduo (McClelland, 2012) e de natureza extrínseca (SIVAPALAN; BALASUNDARAM, 2012).

Amparados nas reflexões sobre motivações empreendedoras, vários estudos tem sido desenvolvido como exemplo cita-se os trabalhos de Valle *et al.* (2014) o qual atenta para a questão do empreendedorismo vinculado a necessidade ou oportunidade. Sivapalan e Balasundaram (2012) e Zalio (2011) apontam para os empreendedores que se encontram motivados em função de uma alternativa possível de trabalho e geração de renda. Valle *et al.* (2014) relatam que diferenças de motivação poderiam refletir diferenças em termos de perfil ou de desempenho individual (BLOCK; SANDNER, 2009; BLOCK; WAGNER, 2010; BELL, 2012).

Nesse contexto, um fator, em particular, vem ganhando importância na literatura voltada para o empreendedorismo. Trata-se de analisar as características de empreendedores em determinado segmento. No caso específico do empreendedor sustentável pouca atenção tem sido dada aos fatores motivacionais e as características que envolvem o perfil desses empresários. Um dos primeiros autores a chamar atenção para a ausência de estudo foram Berkhout e Green (2002) e Bessant e Tidd (2009). Segundo esses autores existem limitações na literatura sobre inovação e meio ambiente, tendo em vista a não existência de pesquisas que conectam inovação e sustentabilidade. Ressaltam ainda ser escassa a literatura que busca compreender as motivações e as ações de empreendedores na área da sustentabilidade.

Borges *et al.* (2010; 2013) em um estudo sobre empreendedorismo sustentável no Brasil advogam que o empreendedor sustentável apresenta particularidades que necessitam ser analisadas em estudos, no sentido de se compreender as motivações. Para esses autores existem indícios na literatura que apresentam convergência, “mas também divergem dos empreendedores tradicionais em termos de traços de personalidade, objetivos e fontes de motivação” (p. 91).

Recentemente Greco e Jong (2017) e Bergset e Fichter (2015) dedicaram-se a estudar as motivações dos empreendedores sustentáveis, no entanto, o estudo volta-se apenas para as *start-ups* e apontam para a necessidade de novas pesquisas no sentido de melhor compreender as características e motivações dos empreendedores sustentáveis.

Diante dessas considerações iniciais compreendemos que o empreendedorismo sustentável apresenta particularidades que requerem uma visão sistêmica das práticas que o entornam. Nesse sentido, a estratégia teórica adotada para compreender as características dos empreendedores sustentáveis e os fatores motivacionais que implicaram na inserção deste na área empresarial consiste nas investigações apresentadas por Greco e Jong (2017) e Lobato, Andrade e Macarri (2016), Freita e Teixeira, (2014) e Meek *et al.* (2010). Os trabalhos divulgados por esses autores discutem as variáveis relacionadas aos empreendedores sustentáveis levando em consideração as particularidades deste grupo. Conforme observado os empreendimentos sustentáveis se constituem em um campo relativamente jovem (BRASIL *et al.*, 2015) e pesquisas acadêmicas que associam o tema da

sustentabilidade ao empreendedorismo ainda são incipientes no Brasil (FREITA e TEIXEIRA, 2014; BORGES *et al.* 2010; 2013, ORSIOLLI *et al.*, 2016). Aliados, estudos voltados para compreender as motivações e dificuldades vivenciadas na gestão desses empreendimentos são praticamente inexistentes. Assim, identifica-se a necessidade de explorar o tema empreendedorismo sustentável.

3 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). Os entrevistados foram selecionados também por aceitarem previamente colaborar com a pesquisa e terem disponibilidade de tempo (LAKATOS, 1996).

É importante destacar que a Rota Mirantes da Ibiapaba foi instituída através da Lei Estadual nº17.596, 03.08.2021 (D.O. 05.08.21), como destino turístico do Estado do Ceará, abrangendo os Municípios de Carnaubal, Croatá, Guaraciaba do Norte, Ibiapina, Ipu, São Benedito, Tianguá, Ubajara e Viçosa do Ceará. Esses municípios apresentam Índice de Desenvolvimento Humanos entre 0,57 (Viçosa do Ceará) e 0,65 (Tianguá) e se encontram localizados em uma região montanhosa que reúne paisagens preservadas da Mata Atlântica, Caatinga, Cerrado e Floresta Amazônica e conta com Parque Nacional de Ubajara, Unidade de Conservação Federal de Proteção Integral.

Após a localização dos empreendimentos foram realizadas 24 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) que consiste na leitura do primeiro plano das falas, depoimentos e documentos, para atingir um nível mais profundo, ultrapassando os sentidos manifestos do material.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Perfil dos empreendedores

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), conforme relato do empreendedor 21.

Na realidade assim, a nossa tradição de família já com começa nossos pais que tinha propriedade, meu avô, isso aqui era do meu avô e temos outra propriedade que é do meu pai que hoje é dos herdeiros e a gente já tinha essa preocupação com essa questão de parque, meio ambiente, preservação das matas, esse resquício de floresta atlântica né, então já começa com essa preocupação, começa com a família, começa a muito tempo atrás e o parque aqui tá com aproximadamente com uns 10 anos, 10 anos a gente vem comprando aos poucos e a gente começou a desenvolver e estruturar como parque mesmo, mas antes era só propriedade e depois a gente resolveu dar essa ideia de parque, mostrar pras pessoas essa importância do meio ambiente, importância do que se pode ser feito na nossa região em relação a essa educação ambiental. (Empreendedor há 9 anos, Nível Superior)

Foi citado também a participação em palestras ou diálogos com outros empresários que já atuavam na área ambiental, conforme relato dos entrevistados 16.

Bom, é, além de já trabalhar na área né eu sempre gostei de hotelaria, eu morei no Rio de Janeiro com 18 anos de idade e pude conhecer aquelas regiões turísticas, Buzios, Cabo Frio, enfim, (...), Parati e sempre gostei, vi com bons olhos. (...) eu fui num seminário do Sebrae em Fortaleza e houve uma palestra de um empreendedor na área de hotelaria e me encantou com o projeto dele e eu fui conhecer o projeto dele e me inspirei para fazer esse hotel, isso, vi uma oportunidade, mas já era um sonho (Empreendedor há 10 anos, Nível Superior).

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.

Conectado a isso, pode-se citar os estudos de Valle *et al.* (2014), que abordam o empreendedorismo impulsionado pela necessidade ou identificação de uma oportunidade no mercado. Nos empreendimentos por necessidade são citados empreendedores que são levados a desempenhar a atividade por falta de alternativa satisfatória de renda e até mesmo por questões de sobrevivência, como a situação de desemprego por exemplo. Nesse tipo de

motivação, a chance de insucesso é bem maior, pois, na maioria das vezes é sequer feito algum tipo de planejamento ou existe coerência no negócio (RUPPENTHAL e CIMADON, 2012).

Nos empreendimentos impulsionados pela identificação de uma oportunidade, o relatório GEM de 2023 conceitua-os como sendo empreendedores que afirmam ter iniciado o negócio principalmente pelo fato de terem percebido uma oportunidade no ambiente. Cabe ressaltar que a proporção dos empreendedores nascentes motivados pela necessidade tem crescido desde 2020, superando em 2022 a marca dos 50% (GEM, 2023). Apesar disso, entre os entrevistados, a maioria afirmou ter iniciado o empreendimento a partir da visualização de uma oportunidade.

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.

Esse cenário torna-se preocupante para o desenvolvimento dos empreendimentos tendo em vista que o plano de negócios “(...) é fundamental para a criação de qualquer empresa, pois possibilita que o empreendedor tenha uma ideia do que vai enfrentar no decorrer da atividade, e assim se preparar da melhor forma” (SILVA JUNIOR et al, 2021, p.1) a ausência dele no início do empreendimento pode influenciar no índice de mortalidade das organizações (FERNANDES e PORTO, 2017).

Nesse espaço o Sebrae funciona como parceiro auxiliando na formação de recursos humanos para atuar nos empreendimentos, conforme citado pelo entrevistado 01.

Olha, uma das grandes dificuldades aqui é a questão da mão de obra qualificada, a gente tá, depois que o SEBRAE percebeu a importância e a viabilidade, que o turismo era importante né e que tinha um potencial muito grande nessa serra para turismo [...] o SEBRAE começou a fazer investimentos e houve uma certa facilidade na questão do capacitação das pessoas, mas mesmo assim continua sendo o maior problema, porque você hoje investe em parceria com o SEBRAE né em vários cursos de capacitações, manipulação de alimentos, treinamentos para segurança, os postos operacionais, profissional para cada tipo de esporte, tá entendendo! Enfim a gente tá no processo constante de treinamento, de capacitação das pessoas mas infelizmente as pessoas daqui da região ainda não tem ainda uma mente bem aberta pra entender e ter a responsabilidade que ele tem que fazer com carinho né as suas atividades para as coisas darem certo, mas tem melhorado bastante né, o sítio hoje já conversa bastante com os funcionários tem esses cursos de capacitação, cursos muitos bons, SENAC, através do SEBRAE, são consultores bem capacitados e o SEBRAE no momento agora tá bem, que era uma reivindicação da gente pra formação da rota turística e hoje nós conseguimos né (Empreendedor há 19 anos, Nível Médio).

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 atrelada o potencial turístico da região com a existência do Parque Nacional de Ubrajara no qual conta, no seu interior, com um teleferico (bondinho) - administrado pelo Governo do Estado do Ceará, através da Secretaria de Turismo.

4.2 Características dos Empreendedores

Para compreender as características pessoais dos empreendedores que possam ter relação com o surgimento do negócio foi solicitado aos respondentes que atribuíssem em uma escala de concordo totalmente a discordo totalmente o seu grau percepção quanto a relevância da característica para a estruturação do negócio.

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 eles: 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, como pode ser visto no trecho a seguir do entrevistado 21.

[...] preservar o máximo possível o meio ambiente. Plantamos mais de 1200 árvores nativas. Manter a natureza intacta, as construções podem compreender a natureza. A natureza estava aqui primeiro, temos que nos adaptar. Antes era um território com três áreas devastadas para produção de capim. Em oito anos já recuperamos duas áreas, equivalente a 7 hectares, faltam 3 (Empreendedor há 7 anos, Nível Superior).

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). Esse tipo de visão se torna mais nítida nas respostas dos entrevistados quando questionados sobre seus conceitos de desenvolvimento sustentável, essas caracterizaram, de fato, um perfil principalmente voltado a busca pela redução de impactos na natureza e de preservação do espaço, como visto nos trechos abaixo:

[...] é você interferir na natureza de maneira que você possa amenizar o maior número possível de degradação no meio ambiente, eu acho que isso o ser humano não faz, [...] no mínimo ter essa preocupação tentar amenizar isso e degradar o menos possível, se preocupar com o seu lixo, se preocupar com água que você retorna poluída pra o meio ambiente, tipo uma fossa séptica que não polui os lenções freáticos, é dar destino ao lixo, plantar árvores onde pode ser plantado, plantar em outros lugares... dessa contribuição [...]. (Empreendedor há 7 anos, Nível Superior)

Aqui nós temos um conceito muito definido do que é desenvolvimento sustentável ele tem que tá relacionado a esse ciclo, tem que ser social, cultural, tem que ser, tá relacionado ao meio ambiente mas tem que está relacionado ao prospecto financeiro do empreendimento, assim nem tudo que é sustentável é viável financeiramente, então pra gente sustentável é algo que também é viável [...] preservar o meio ambiente, é culturalmente importante pra nossa região, é financeiramente viável, se ele não enquadrar no financeiramente viável pra gente, nem que seja a longo prazo, pra gente não faz parte do nosso desenvolvimento sustentável (Empreendedor há 6 anos, Nível Superior)

O nosso público aqui, na maioria é família né, pela tranquilidade, pela questão da natureza, do clima né, a gente tem aqui no Nordeste, O Nordeste todo é quente e nós temos aqui vizinho, estamos na fronteira aqui do Ceará com o Piauí e nós temos a capital de Teresina que é um público maravilhoso [...] e a gente tá com uma infraestrutura bacana né, melhorando a cada dia, então a gente acredita que não só meu sítio mas toda a rota turística aqui tão dentro do padrão, todo mundo buscando sempre qualidade né, todo mundo no momento tá acontecendo isso, é um dos critérios para se está na rota, então é isso a gente tá tentando buscar um turismo de qualidade e o público maior é esse aí, família, mas aí tem muitos jovens, no sossego, o pessoal tá meio saturado do barulho, violência da cidade grande tá fugindo para esse locais onde a natureza oferece essa tranquilidade né (Empreendedor 19 anos, Nível médio)

No relato é possível detectarmos não só essa visão de convivência harmônica com a natureza, mas também a de busca pela conscientização de seu público-alvo, dos funcionários e da comunidade em que está situado o negócio. 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 consequentemente da renda).

Quanto ao uso do programa de demissão voluntária, possibilidade de recebimento do FGTS ou a condição de desemprego não tiveram relação com a motivação para o surgimento do empreendimento, visto que juntos esses aspectos 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 18% de concordâncias totais ou parciais.

4.3 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).

As dificuldades começaram com o financiamento, eu passei três anos tentando financiamento e quando a pousada tava pronta, até para conseguir um financiamento mínimo pra pousada foi obrigado a ter influência política, isso eu acho uma tristeza num país desse, onde quer gerar emprego, a gente quer gerar emprego, a gente quer gerar é, uma mudança de cultura na região, porque é uma região basicamente agrícola, de uma cultura de agrotóxicos e a gente quer mudar isso e já começa com uma dificuldade de implantação do negócio, uma burocracia, burocracia muito grande e essas foram as dificuldades [...] mas é muito difícil ser microempreendedor no Brasil, as leis trabalhistas, todas as leis, elas dificultam muito quem quer investir e gerar emprego no Brasil. [...] (Empreendedor 10 anos, Nível superior)

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 maior 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 voltadas para realização de visitas e atividades culturais e ambientais, proporcionando diferentes vivências durante o tempo em que está hospedado.

Eu não vejo concorrente, na verdade eu sou o maior incentivado da criação de novos equipamentos aqui na serra,, porque assim numa rota turística se faz com vários atrativos, certo, então quanto mais equipamento tiver aqui na região ela vai fortalecer a criação dessa rota, vai solidificar a rota, entendeu, vai fazer com responsabilidade, com qualidade, né. O que eu vejo mais é algumas pessoas que querem fazer a mesma coisa que eu faço, disse que quando alguém copia é porque é bom né, mas eu acho que as pessoas deveria ser mais criativa [...] (Empreendedor 19 anos, Nível médio)

Não tenho concorrente, é, pelo contrario eu tenho um pensamento de que essa região só vai se desenvolver com atração de investidores, desde que seja investidores com esse pensamento de preservar esse meio ambiente porque o maior atrativo da Serra da Ibiapaba é o clima, sem esse clima o que as pessoas irão fazer aqui, então nossa maior preocupação é atrair investidor mas atrair investidor com esse pensamento de sustentabilidade [...] (Empreendedor 10 anos, Nível superior)

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

O estudo buscou compreender as motivações e desafios vivenciados pelos gestores de empreendimentos sustentáveis, situados no estado do Ceará, especificamente na Rota Mirantes da Ibiapaba. Essa investigação permitiu verificar que os níveis de escolaridade dos gestores em questão são maiores que os encontrados nos empreendimentos comuns. A criação da empresa está relacionada à identificação de uma oportunidade no mercado vinculado a uma relação efetiva com o meio ambiente.

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).

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.
- BELL, J.F. **Sustainable Entrepreneurship:: The Motivations & Challenges of Sustainable Entrepreneurs in the Renewable Energy Industry.** [S. l.: s. n.], 2012.
- BERGSET, L.; FICHTER, K. **Green start-ups –: a new typology for sustainable entrepreneurship and innovation research.** [S. l.: s. n.], 2015. v. 3.
- BERKHOUT, F.; GREEN, K. **Managing Innovation for Sustainability:: The Challenge of Integration And Scale..** [S. l.: s. n.], 2002. v. 6.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman: [s. n.], 2009
- BLOCK, J. H.; SANDNER, P. **Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment:: evidence from German micro data.** [S. l.: s. n.], 2009. Disponível em: doi: 10.1007/s10842-007-0029-3. Acesso em: 20 set. 2021.
- BLOCK, J. H.; WAGNER, M. **Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials.** Schmalenbach Business Review: [s. n.], 2010.
- BORGES, C. *et al.* **Empreendedorismo Sustentável: Proposição de Uma Tipologia e Sugestões de Pesquisa.** 1. ed. [S. l.: s. n.], 2013. v. 2.
- BORGES, C. **Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de**

pesquisa. Rio de Janeiro: Anais, 2010.

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.

BRASIL, M.V. *et al.* **Os diversos tipos de empreendedorismo sustentável**. 1. ed. [S. l.: s. n.], 2015. 11-31 p. v. 4

CEARÁ. Reestruturação e atualização do mapeamento do projeto Zoneamento Ecológico-Econômico do Ceará – zona costeira e unidades de conservação costeiras. Relatório final de caracterização ambiental e dos mapeamentos. Fortaleza : SEMACE, 2016

CEARÁ. Plano de Ciência, Tecnologia e Inovação para o desenvolvimento sustentável do Ceará, 2017. Disponível em: <http://www.sct.ce.gov.br/planoc&i/>

FREITA, R.K.; TEIXEIRA, R.M. **Empreendedorismo sustentável e a identificação de oportunidades**: história oral de empreendedores de negócios sustentáveis. 1. ed. [S. l.]: Revista Pensamen- to Contemporâneo em Administração, 2014. 151-170 p. v. 8.

FIEC. Federação das Indústrias do Estado do Ceará. Perfil de sustentabilidade industrial : Ceará 2017: bússola da sustentabilidade. FIEC : Fortaleza, 2017. FIEC. Federação das Indústrias do Estado do Ceará. Rotas estratégicas setoriais: estudo socioeconômico - meio ambiente / FIEC. Fortaleza : Federação das Indústrias do Estado do Ceará, 2017

GEM-Brasil 2023. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2022. Curitiba: IBQP, 2023.

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 Fryslân**, [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.

KIRZNER, I. M. Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship. **Southern Economic Journal**, Chicago: University of Chicago Press, 1979.

LOBATO, J.O.; ANDRADE, E.F.; MACCARI, E.A. **Características e desafios do empreendedor sustentável**: Um estudo de caso. [S. l.]: Anais, 2016.

LUIZA, A. *et al.* Turismo e patrimônio cultural. **Revista Cenário**, v. 7, n. 13, p. 79–102, 8 set. 2019.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultu- ra: [s. n.], 1972.

MENDES, A. L.S., COSTA, S.P.B., MELO, C.S.M., BEZERRA, M.H.M., VIDAL, F.A.B, MOREIRA, R.N. Turismo sustentável e conservacionista no sertão do Ceará. **Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental**. V.5, n. 2, p.559-584, 2017.

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, 2005.

ORSIOLLI, T.A. *et al.* **Produção Científica sobre empreendedorismo sustentável no Brasil**. 10. ed. [S. l.: s. n.], 2016. 26-41 p. v. 37.

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

RUPPENTHAL, J. E.; CIMADON, J. E. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. **Gestão & Produção**, v. 19, n. 1, p. 137–149, 2012.

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

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.

SILVA JUNIOR, E. M.; CARLOS, W. F.; BOTTARO, M. C.; AVELINO, C. H. A Importância do Plano de Negócios como Ferramenta para Estruturação Empresarial. 2021. Disponível em: <https://unisaesiano.com.br/aracatuba/wpcontent/uploads/2021/06/Artigo-A-Importancia-do-Plano-de-Negocios-como-Ferramentapara-Estruturacao-Empresarial-Pronto.pdf>.

SIVAPALAN, A.; BALASUNDARAM, N. **Level of entrepreneurial intention of the man**: agement undergraduates in the University of Jaffna. [S. l.]: South Asian Academic Research Journals, 2012. 24-42 p.

SOTO-ACOSTA, P.; CISMARU, D.; CIOCHINA, R. **Sustainable Entrepreneurship in SMEs**: A Business Performance Perspective. 342. ed. [S. l.: s. n.], 2016. v. 8. Disponível em: doi:10.3390/su8040342. Acesso em: 5 maio 2023.

VASCONCELOS, F. P., CORIOLANO, L. N.M.T. Impactos Sócio-Ambientais no Litoral: Um Foco no Turismo e na Gestão Integrada da Zona Costeira no Estado do Ceará/Brasil. **Revista da Gestão Costeira Integrada**, v. 8, n.2, p. 259-275, 2008

VALLE, G. M.; CORREA, V. S.; REIS, R.F. Motivações para o empreendedorismo: Necessidade versus oportunidade?. **RAC**, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2014161>. Acesso em: 5 maio 2023.

ZALIO, P. P. **Sociologie économique des entrepreneurs**. Paris: Puf, 2011. 573-607 p.

