

MAPEAMENTO DE ECONEGÓCIOS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Aluno: Allan de Oliveira Barros

Orientador: Marcos Cohen

Introdução

Os negócios verdes vêm atraindo cada vez mais atenção de empresários e universidades. *Green business* ou *ecobusiness* são os sinônimos da língua inglesa para negócios que têm a finalidade de conjugar lucro com o baixo impacto socioambiental, ou seja, os econegócios. Segundo o Instituto Inovação [1], econegócio “é o segmento de mercado que reúne produtos e serviços que se propõem solucionar problemas ambientais ou que utilizam métodos mais racionais de exploração naturais para a produção de bens e serviços.” O conceito de sustentabilidade desperta crescente interesse neste século, marcado pela urgência de respostas à crise ambiental. As empresas, que estão entre principais responsáveis pelos desastres ambientais e pela atual crise ambiental, são pressionadas a reverem e reinventarem seus processos e produtos sob pena de boicote dos consumidores. Portanto, a demanda por ecoprodutos surge como desafio e oportunidade às empresas do século XXI.

Kotler et Keller [2] destacam que “*um bom marketing é a arte de encontrar, desenvolver e lucrar a partir de oportunidades.*” Reconhecer, portanto novas oportunidades é um imperativo para se manter competitivo atualmente, alimentado a inovação estratégica. Parte do novo marketing holístico, segundo os autores, é a prática do marketing socialmente responsável por conta “da ascensão das expectativas dos clientes, a mudança nas expectativas dos funcionários, legislações e pressões por parte do governo, o interesse dos investidores em critérios sociais e as práticas de aquisição de negócios.” Acrescentam ainda que sob ameaça da internet, a exposição das empresas é muito maior. E vão além: “*O futuro apresenta muitas oportunidade para as empresas.*” Portanto, as empresas deverão se reposicionar para a continuidade de seus próprios negócios.

Objetivos da Pesquisa

- 1 – Identificar e mapear as principais oportunidades de econegócios no Estado do Rio de Janeiro.
- 2 – Identificar o potencial de contribuição dos econegócios para o alcance da sustentabilidade no Estado do Rio de Janeiro.

Metodologia de Pesquisa

Trata-se de pesquisa de caráter exploratório, considerando-se o fato de que o tema é emergente. A abordagem da pesquisa é qualitativa e a estratégia de pesquisa adotada foi de pesquisa bibliográfica (revistas indexadas, jornais, teses, etc), pesquisa em sites da internet de organizações e empresas que lidam com o tema e de pesquisa de campo, quando serão entrevistados especialistas no tema. Está sendo realizada uma revisão bibliográfica inicial sobre os seguintes temas: 1 - Métodos de pesquisa qualitativa. 2 - Desenvolvimento sustentável e operacionalização do conceito de sustentabilidade empresarial. 3 - Definição de econegócio, negócios sustentáveis, eco-empendedorismo e termos afins. Os dados serão tratados de forma qualitativa, buscando-se referência em modelos teóricos propostos por autores reconhecidos em relação ao tema.

No primeiro semestre de 2010 pude criar uma base de dados no Excel com referências bibliográficas sobre o tema e também pastas com referências impressas. As bases de dados da PUC-Rio e Google Acadêmico foram consultados, assim como a revista Eco21, o JB Ecológico, e os sites da Revista Forbes, do World Business Council for Sustainable Development, do Instituto Akatu, Instituto Ethos, dentre outros.

Revisão Bibliográfica sobre o contexto que se inserem os econegócios

As marcas na natureza deixada pelos seres humanos datam há milhares de anos, em que os métodos de cultivos primitivos já levavam o solo à erosão. Giddens [3] coloca que o homem antes era dominado pela natureza e com o desenvolvimento da indústria ocorreu justamente o contrário. E continua: “as

agressões humanas ao ambiente são tão intensas que há poucos processos naturais não influenciados pela atividade humana.” Até que ponto então se justifica o desenvolvimento econômico e a industrialização? Uma nova bússola em resposta a esta preocupação veio com o Relatório de Brundtland, conhecido como o Nosso Futuro Comum, que norteia e serve de alerta para a necessidade de tratar os recursos como finitos e esgotáveis, além de propor para o mundo o desenvolvimento sustentável.

Com isso a demanda é cada vez maior por produtos verdes que tenham baixo consumo de energia elétrica, baixo impacto ao serem fabricados a partir de matéria-prima certificada e também ao serem descartados. São alguns exemplos: carros híbridos, movidos a biocombustível e energia elétrica; roupas confeccionadas a partir de garrafa PET, construções ecológicas, etc. Senge [4] dá como exemplo a Eletrolux, que passou a usar tintas à base de água em seus eletrodomésticos e a Xerox, que em 1998 lançou a primeira copiadora totalmente digitalizada como menos peças e 97% reciclável. Já a Coca-Cola está investindo no PlantBottle, a primeira garrafa plástica fabricada a partir de fontes renováveis [5] e a BASF está ajudando a projetar e desenvolver indústrias químicas menos poluentes na Ásia [6]. Os padrões da era industrial, segundo Senge [4], que estavam nos levando para a uma encruzilhada, começam portanto a ser repensados.

Contudo, Giddens [3] nos alerta para as outras dimensões da sustentabilidade, pois “o desenvolvimento sustentável não pode ser visto como algo separado das desigualdades sociais”. E completa: “A própria pobreza contribui em primeiro lugar para o desenvolvimento de práticas que levam à destruição ambiental nos países pobres.”

Resultados Parciais

Para melhor entender os participantes do mercado de econegócios, sigo a proposta pelo Instituto de Inovação [1] nas três seguintes classificações: eco-indústria, indústrias alternativas e indústrias ambientalmente responsáveis. Na primeira, estão àquelas fornecedoras de equipamentos e serviços de despoluição ambiental, como exemplo, empresas que fazem a gestão e o tratamento de água e efluentes; gestão e recuperação de resíduos sólidos; descontaminação do solo; despoluição do ar; redução da poluição sonora; e recuperação de paisagens. Na segunda, estão aquelas fornecedoras de insumos e/ou produtos e serviços de baixo impacto ambiental, como por exemplo, empresas de energias renováveis; de materiais alternativos e construções verdes; fitoprodutos e de alimentos orgânicos. E na última, encontram-se as compradoras das soluções oferecidas pelas anteriores, como as indústrias de base; de bens de consumo; as instituições financeiras, dentre outras. A seguir, destaco alguns exemplos a partir da consulta a jornais, segundo a classificação anterior:

1 - Eco-indústria: Sustentax, uma empresa de engenharia que presta consultoria em sustentabilidade. (Jornal O Globo de 22/4/2007)

2 - Indústria alternativa: Produção orgânica segue a sustentabilidade na Fazenda Malunga, no Distrito Federal. (Jornal O Globo de 09/06/2006)

3 - Indústria ambientalmente responsável: Natura neutraliza os gases de efeitos estufa de toda a sua produção e linha de produtos. (Jornal do Brasil de 1/10/2007)

Referências

- 1 - INSTITUTO INOVAÇÃO. **Econegócios: da consciência à prática**. Disponível em <http://www.institutoinovacao.com.br/downloads/inovacao_econegocios.pdf>. Acesso em 17 de mai. 2010.
- 2 - KOTTLER et KELLER. **Administração de Marketing**. 12.ed. Pearson Prentice Hall, 2006. p.712-714.
- 3 - GIDDENS, Anthony; **Sociologia**, 4a. Edição revista e atualizada, p. 349-373 e 604-637, Fundação Calouste Gulbenkian, v. 2004.
- 4 - SENGE, Peter. Harvard Business Review. **Rumo à Revolução verde**. 27/07/2001
- 5 - SHAPIRO, A. L. **Coca-Cola Goes Green**. Disponível em <<http://www.forbes.com/2010/01/29/muhtar-kent-coca-cola-leadership-citizenship-sustainability.html>>. Acesso em 17 de jun. 2010.
- 6 - HART, Stuart L. Harvard Business Review. **Beyond Greening: strategies for a Sustainable World**. January-February 1997.