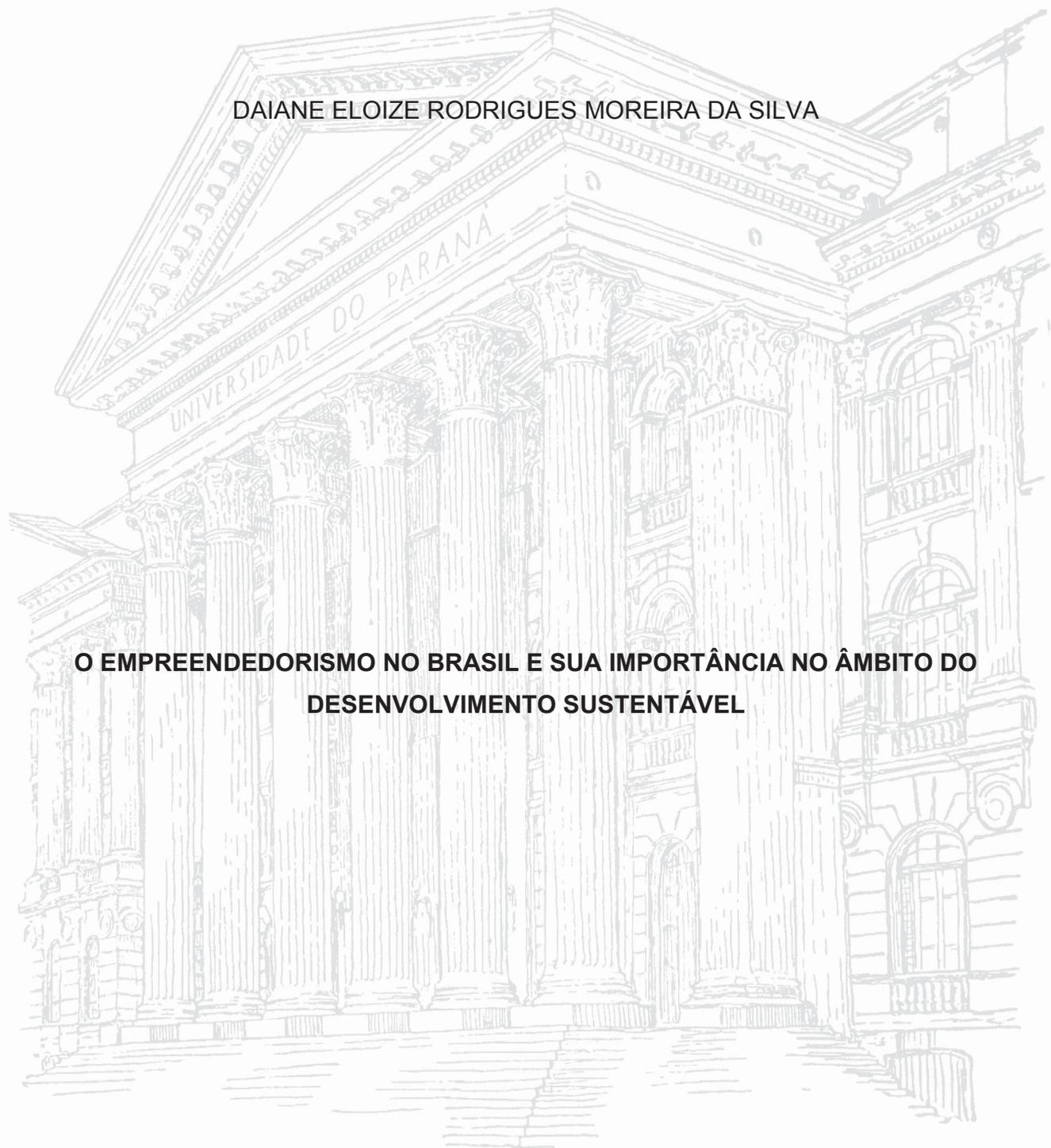


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DAIANE ELOIZE RODRIGUES MOREIRA DA SILVA



**O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E SUA IMPORTÂNCIA NO ÂMBITO DO  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

CURITIBA

2020

DAIANE ELOIZE RODRIGUES MOREIRA DA SILVA

O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E SUA IMPORTÂNCIA NO ÂMBITO DO  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Especialista em Gestão Ambiental no Curso de Pós-Graduação MBA em Gestão Ambiental, Departamento de Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Dr(a). Jaqueline de Paula Heimann

CURITIBA

2020

## RESUMO

O presente trabalho aborda a prática do empreendedorismo no Brasil e os diferentes perfis empreendedores, considerando inclusive a atuação de jovens e mulheres no mercado de negócios. Baseando-se na região do interior paulista, como o empreendedorismo tem influenciado no desenvolvimento de cidades menores; o que tem estimulado a criação de negócios nessa região e os segmentos de maior abrangência a partir da conceituação do agronegócio e de entrevistas realizadas com alguns empreendedores locais. Aborda o desenvolvimento sustentável e sua correlação com empreendedorismo sustentável, como essa modelagem pode prover ações sustentáveis capazes de reduzir impactos ambientais e fortalecer a marca da empresa; a receptividade de empreendedores e consumidores diante deste conceito e as certificações e incentivos governamentais destinados a projetos que tenham como princípio práticas responsáveis. Metodologicamente se trata de uma pesquisa de cunho qualitativo e objetivo descritivo e exploratório, consistente em descrever e apontar a correlação existente entre as conceituações em torno do empreendedorismo tradicional e o empreendedorismo sustentável.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Agronegócio. Desenvolvimento Sustentável. Empreendedorismo Sustentável.

## **ABSTRACT**

The present work addresses the practice of entrepreneurship in Brazil and the different entrepreneur profiles, including the performance of young people and women in the business market. Based on the region of the interior of São Paulo, how entrepreneurship has influenced the development of smaller cities; what has stimulated the creation of business in this region and the segments of greater coverage from the concept of agribusiness and interviews conducted with some local entrepreneurs. It addresses sustainable development and its correlation with sustainable entrepreneurship, how this modeling can provide sustainable actions capable of reducing environmental impacts and strengthening the company's brand; the receptivity of entrepreneurs and consumers to this concept and the government certifications and incentives for projects based on responsible practices. Methodologically, it is a qualitative research with a descriptive and exploratory objective, consisting of describing and pointing out the correlation between the concepts around traditional entrepreneurship and sustainable entrepreneurship.

Keyword: Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Agribusiness. Sustainable development. Sustainable Entrepreneurship.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>9</b>
2.1 OBJETIVO GERAL .....	9
2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO .....	9
<b>3 MATERIAL E MÉTODOS</b> .....	<b>10</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>11</b>
4.1 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E O PERFIL EMPREENDEDOR.....	11
4.2 INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO INTERIOR PAULISTA .....	13
4.3 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL.....	15
4.4 CONSUMO INADEQUADO X PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS .....	18
4.5 ESTUDO DE CASO – O CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO TRADICIONAL E SUSTENTÁVEL .....	21
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>25</b>
<b>ANEXO 1 – ENTREVISTAS NA ÍNTEGRA</b> .....	<b>30</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil ganhou evidência em meados de 1990 e tem sido conduzido por vários segmentos e diferentes perfis empreendedores que tem se consolidado no mercado em que atua através de readequações no seu método de trabalho mesmo em meio a crises incomuns. Essa prática, desde que ocupou seu espaço, tem influenciado no desenvolvimento econômico e social de muitas cidades, porém, toda essa expansão tem sugerido que ações empreendedoras sejam reformuladas com o intuito de contribuir com o meio ambiente por meio de uma remodelagem denominada empreendedorismo sustentável.

O empreendedorismo sustentável ao contrário da prática tradicional é baseado em ações empreendedoras positivas ao meio ambiente, como por exemplo a reformulação no método de produção, serviços e produtos de menor impacto ambiental e a rotina de consumidores em se atentar a esses detalhes no momento do consumo e/ou contratação.

No cenário atual o empreendedorismo tradicional ainda impera, pois, avançar para uma sociedade sustentável composta por empreendedores e consumidores que tenham hábitos conscientes e ações responsáveis é um desafio.

Com este trabalho será observado como os empreendedores tem lidado com essa remodelagem do empreendedorismo no país; se é possível vislumbrar uma nova categoria composta por perfis empreendedores que adotam no seu formato de negócios produtos e serviços que prezam pela sustentabilidade e quais os incentivos destinados a projetos sustentáveis.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a importância do empreendedorismo no país e como sua prática remodelada pode influenciar positivamente no meio ambiente por meio de ações que reduzam o impacto ambiental.

### 2.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

Compreender a prática do empreendedorismo no Brasil e os perfis dos empreendedores brasileiros;

Compreender como o empreendedorismo tem influenciado no desenvolvimento das regiões do país tendo como exemplo o interior paulista, considerando inclusive a importância agronegócio como setor de maior abrangência nessa região;

Identificar o que distingue o empreendedorismo tradicional do empreendedorismo sustentável e demonstrar como o empreendedorismo pode influenciar no desenvolvimento sustentável;

Compreender a postura de empreendedores e consumidores diante de práticas sustentáveis, no que consiste a Certificação Verde e os Incentivos Governamentais, sua influência na imagem e no crescimento de uma empresa;

Demonstrar a possibilidade de transição do empreendedorismo tradicional para o empreendedorismo sustentável, quais os desafios a partir das informações e conceituações levantadas com o estudo realizado.

### **3 MATERIAL E MÉTODOS**

O presente trabalho é de cunho exploratório e descritivo e foi desenvolvido com propósito de trazer descrições e buscar maior familiaridade com o assunto tratado (GIL, 2002). Traz ainda, uma abordagem qualitativa, que segundo Gephart (2004), caracteriza-se pela ênfase aos detalhes situacionais permitindo uma narrativa em torno da visão da realidade.

Dessa forma, o desenvolvimento dos estudos escorou-se em um levantamento de publicações informativas, onde inicialmente se buscou entendimento sobre a prática do empreendedorismo tradicional no Brasil e os perfis empreendedores. A influência do empreendedorismo no desenvolvimento de cidades da região do interior paulista e os segmentos mais comuns, baseando-se em entrevistas com alguns empreendedores locais, enfatizando ainda a importância do agronegócio nessa região como em todo país.

Sequencialmente, se buscou entendimento em torno do empreendedorismo e sua correlação com o desenvolvimento sustentável. O que caracteriza o empreendedorismo sustentável e os desafios encontrados para a efetivação dessa modelagem junto aos consumidores e empreendedores brasileiros, abordando inclusive os tipos de certificações e incentivos governamentais destinados a empreendimento que se adequam a ações sustentáveis.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E O PERFIL EMPREENDEDOR

Embora o Empreendedorismo seja um tema de alta discussão nos dias atuais, importante esclarecer que não existe consenso sobre sua origem, pois é possível vislumbrar ações empreendedoras em pensamentos pioneiros, o que permite dizer que empreender é uma prática tão antiga quanto o conceito de comércio existente na sociedade (VERGA; SOARES, 2014). No Brasil, foi em meados de 1990 que o empreendedorismo de fato ganhou seu espaço partindo da oportunidade econômica existente na época.

É significativo o número de brasileiros envolvidos em atividades empreendedoras, nesse sentido, pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) relatou:

O empreendedorismo atingiu a taxa total de 38,7%, ligeiramente superior à do ano anterior, sendo a segunda mais alta da série histórica. Estima-se que cerca de 53,5 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos de idade estejam envolvidos na criação e/ou consolidação de um empreendimento ou realizando esforços para manter um empreendimento já existente. (GEM, 2019).

O empreendedorismo traz ainda a figura do MEI (Microempreendedor Individual) que de algum modo facilitou a atuação daqueles que pretendiam ter o seu próprio negócio no país, visto que tal modalidade tem como finalidade regularizar a situação dos profissionais autônomos (SEBRAE, 2020). De acordo com as estatísticas apresentadas pelo Portal do Empreendedor (2020), 41,8% dos profissionais informais já possuem estabelecimento fixo, de maneira que o porta em porta e/ou postos móveis correspondem a 24,0%.

Ao tratar da figura do empreendedor, importante relatar que pelo contexto histórico é de origem francesa uma das referências mais conhecidas, pois a partir do verbo “*entreprendre*” originou-se o termo “*entrepreneur*” que expressava “àquele que empreende alguma coisa”. (ZEN; FRACASSO, 2008). Dentre os principais envolvidos na concepção do empreendedorismo, podemos citar o economista irlandês Richard Cantillon que, segundo artigo publicado pelo *Instituto Ludwig von Mises Brasil*, Cantillon,

trouxe a figura do empreendedor como àquele que se coloca na condição de tomador de riscos (IORIO, 2014).

Dentre os perfis existentes em nosso país, é possível citar aqueles representados por perfis mais arrojados, compostos em sua maioria por quem aposta em *networking* com pessoas influentes no seu ramo e aqueles constituídos por um perfil profissional de maior maturidade e estabilidade, apegados aos modelos tradicionais de trabalho (UNYLEYA, 2020).

Vale salientar o perfil composto por um grupo mais jovem e essa vertente se refere não somente àqueles que já se encontram no mercado a frente do seu próprio negócio, como também, aqueles que estão se preparando para criação de um projeto. O jovem brasileiro parte da premissa que para ter um trabalho a alternativa mais viável é preciso empreender e inovar, e ao contrário da maioria dos perfis, o empreendedorismo pela maioria dos jovens não é motivado exclusivamente por necessidade de estabilidade financeira, mas pelas oportunidades que visualiza (ISTOÉ, 2018). Um dos maiores exemplos de oportunidade observados pelos jovens estão nas *Startups*. Isso porque o crescimento dessa modalidade no país tem chamado a atenção dos jovens que, interessados no desenvolvimento profissional, veem neste modelo de negócio uma alternativa de consolidar uma carreira estável e compensadora (KUPPER, 2018).

Destaca-se, ainda, o perfil que gere negócios nas áreas de estética, saúde e comercialização de produtos, composto em sua maioria por mulheres. No Brasil, a atuação das mulheres a frente do seu próprio negócio vem se solidificando e as motivações geralmente estão relacionadas a necessidade de complementar sua renda por assumir o sustento de sua família ou a busca pela independência financeira (VAZ, 2015). Segundo programa de pesquisa desenvolvida pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2019) “a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 26 milhões, muito próxima dos 29 milhões de homens”. Entre algumas mulheres empreendedoras de grande influência no mercado, é relevante citar, Luiza Helena Trajano, presidente da Magazine Luiza; Cristina Junqueira, Co-fundadora do Nubank, o cartão de crédito sem banco e Sonia Hess, fundadora da marca Dudalina (MOURA, 2019).

Ainda no que condiz a este tema, vale destacar o perfil do produtor rural que possui características almeçadas para quem empreende, se observado a forma como planeja, prepara e estima pelo bom resultado de sua produção. Trata-se de um perfil que tem buscado se adequar aos modelos de negócios atuais (SENAR, 2018). Segundo informações disponibilizadas pelo DataSebrae:

O número de produtores rurais existentes no Brasil chegou a 4,06 milhões no primeiro trimestre de 2018. É o que mostra a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), realizada pelo IBGE. Isso significa que os produtores rurais representam aproximadamente 15% do número total de empreendedores existentes no país (27,31 milhões) (DATASEBRAE, 2020)

#### 4.2 INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO INTERIOR PAULISTA

Todo desenvolvimento econômico e social consistente no país é derivado do trabalho desenvolvido pelos empreendedores brasileiros. Há regiões no Brasil que passaram por significativa reestruturação econômica, onde sua reconstrução se deu em virtude do empreendedorismo, como por exemplo o interior paulista.

E o que as cidades dessa região são capazes de propiciar é o que tem as tornado satisfatórias para os negócios, como custos reduzidos se considerado que as despesas do empreendedor são menores comparada o que advém da capital; menor concorrência, partindo do princípio que o mercado de negócios no interior costuma ser menos competitivo do que em grandes centros; a proximidade com os clientes que propulsiona sua fidelização, mesma condição daqueles que compõe o quadro de colaboradores do empreendimento, já que a rotatividade tende a ser menor. Entre os segmentos mais presentes no interior paulista, observa-se as áreas de atuação ligadas a alimentação, vestuário, produtos farmacêuticos, pet shops, manutenção, engenharia, agronegócio e estética (SEBRAE, 2020).

O Brasil é o maior produtor do setor sucroalcooleiro, sendo que parte desta produção advém do interior de São Paulo, dito setor propicia uma taxa expressiva de empregos da região, isso porque além de colaboradores que atuam em todo o processo de produção, há ainda as contratações terceirizadas que contribuem para o resultado final (CARVALHO; OLIVEIRA, 2006).

Destaca-se também o agronegócio que consiste no conjunto de várias atividades produtivas derivadas da agricultura e pecuária, esse setor é visto como um dos principais segmentos no interior paulista pela forte presença na economia e baseando-se nas novidades atreladas a produção, processos e conservação do meio ambiente as oportunidades para empreendimentos ligados a este setor são cada vez mais expressivas (INVESTSP, 2020).

O cenário da pandemia Covid-19 que acometeu o país no último ano demonstra o desempenho do agronegócio que mostrou crescimento durante esse período, tanto no que condiz o aumento da produção quanto ao PIB setorial (KRETER; JUNIOR, 2020).

Embora empreendedores brasileiros se viram a frente de desafios incomuns durante esse período, o presidente da Farsul, Gedeão Pereira, corrobora a condição positiva do setor do agronegócio quando relata que além de mantidos os abastecimentos dos mercados mesmo diante do aumento de 20% do consumo da população, também houve um aumento de participação nos mercados internacionais (PINTO, 2020)

Segundo Roberto Rodrigues, Coordenador do Centro de Agronegócio na Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getulio Vargas, o Brasil foi um dos poucos países a aumentar as exportações durante a pandemia, demonstrando que o setor possui uma capacidade de reação muito rápida (ONDEI, 2020).

Conforme dados apontados pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA):

O país enviou ao exterior 131,5 milhões de toneladas de produtos agrícolas por US\$ 61,2 bilhões, valor 9,2% acima do mesmo período de 2019. Para o ano, a expectativa é ultrapassar os US\$ 96,9 bilhões apurados em 2019 e bater o recorde histórico de US\$ 101,2 bilhões de 2018, com um dólar valorizado que injeta ainda mais recursos na economia local (ONDEI, 2020).

Como citado, o agronegócio ajudou a segurar o PIB durante a pandemia. Nesse sentido:

O Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio brasileiro, calculado pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), da Esalq/USP, em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), cresceu 5,26% entre janeiro e junho de 2020. Em junho, o crescimento do setor foi de 1,31%, o 6° mês consecutivo de expansão (CNA, 2020).

De acordo com a Ministra da Agricultura, Tereza Cristina, o agronegócio brasileiro foi o motor da economia, pois gerou riquezas para o mercado interno, exportações e emprego e ainda conseguiu não deixar o PIB cair (ISTO É, 2020).

Para Superintendente Técnica Adjunta da Confederação Nacional da Agricultura (CNA), Natália Fernandes, foi possível observar que com a pandemia os consumidores compraram mais alimentos básicos e saudáveis, enquanto que os produtores rurais começaram a utilizar mais os canais digitais como ferramentas em seu processo de produção como comercialização da sua produção (PINTO, 2020).

#### 4.3 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

É necessário compreender o conceito de desenvolvimento sustentável para então visualizar no que consiste o empreendedorismo sustentável. A Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) (1991), define o desenvolvimento sustentável como desenvolvimento necessário para suprir as necessidades humanas atuais sem comprometer a sobrevivência das gerações futuras. Desse modo:

Desenvolver-se de forma sustentável, seja em pequena esfera (no contexto de uma empresa, por exemplo), ou em larga esfera (no contexto de um país), pressupõe possibilitar às pessoas, agora e futuramente, atingir um nível satisfatório de desenvolvimento socioeconômico e cultural, fazendo uso razoável dos recursos naturais de forma a não esgotá-los para as próximas gerações. (MENDES, 2018).

No Brasil, segundo estudo apresentado pelos Indicadores Brasileiros (2021), Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são apoiados pela Organização das Nações Unidas (ONU) e representam as seguintes ações:

Erradicar da pobreza e da fome promovendo inclusive a agricultura sustentável; garantir acesso à saúde e bem estar e educação de qualidade; igualdade de gênero; disponibilidade de água potável e saneamento; garantir o acesso a fontes de energia fiáveis, sustentáveis e modernas; promover o crescimento econômico incluso e sustentável; construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável; reduzir as desigualdades; tornar as cidades mais inclusivas e sustentáveis; garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis; adotar de medidas para combater alterações climáticas; conservar e usar de forma sustentável os oceanos, mares e os recursos marinhos; proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres; gerir de forma sustentável as florestas; travar e reverter a degradação dos solos e a perda da biodiversidade; promover sociedades pacíficas e inclusivas, reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Diante desse contexto, pode-se dizer que foi a partir dos movimentos ligados a práticas desenvolvimento sustentável naturalmente atreladas as políticas ambientais cada vez mais expansivas, que o empreendedorismo sustentável ganhou evidência sendo conceituado como uma prática consistente na utilização de ferramentas do empreendedorismo com o foco na sustentabilidade ambiental (BIOSFERA, 2016).

E o que difere o empreendedorismo sustentável do empreendedorismo tradicional é justamente o objetivo que desempenha, isso porque, o empreendedorismo sustentável também almeja lucros através de produtos e serviços inovadores, entretanto, todas as suas ações estão adaptadas a questões ambientais por meio de modelos de negócios sustentáveis. No empreendedorismo sustentável não basta inovar na promoção de produtos e ideias, é preciso que as ações definidas estejam em consonância com a defesa das causas ambientais, ou seja, inovar gerando economia dos recursos naturais e evitando danos ao planeta e a natureza (PIFER, 2017).

Dessa forma, o objetivo principal do empreendedor que segue essa modelagem está em contribuir com o desenvolvimento sustentável a partir das atividades corporativas empreendidas, onde a geração de lucro é tanto um meio quanto um fim, pois ele também persegue objetivos não mercadológicos, estando seu desafio associado na ampliação da sua escala de atuação (ERA, 2012).

Nesse sentido:

Enquanto o empreendedorismo tem seu foco na criação de valor, o empreendedorismo sustentável amplia esse objetivo e engloba também o desenvolvimento sustentável e seus benefícios sociais e ambientais. O conceito do empreendedorismo sustentável envolve, portanto, identificação, criação e exploração de novos negócios que encontrem no desenvolvimento econômico, a solução de um problema ambiental e social (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2007).

Embora se trate de um conceito recente, esse processo de identificação de oportunidade apegado as necessidades ambientais e sociais tem sido aderido por empresas através de pequenas ações que otimizam o uso de recursos ou a redução de desperdícios, como por exemplo, redução do uso de papel em escritório ou mesmo sua reutilização como rascunhos; utilização de equipamentos em modo econômico, desligamento de aparelhos que não estão sendo utilizados, além de ações de maior complexidade e abrangência, como o desenvolvimento de programas ou projetos de

causas ambientais e produtos ou serviços de cunho sustentável. (MEUSUCCESSO,2014). Assim, pode-se dizer:

As organizações precisam desenvolver estratégias competitivas que tenham em seu escopo o empreendedorismo sustentável, buscando dialogar as dimensões das atividades empreendedoras sustentáveis com os produtos/serviços da empresa, visão, missão e valores. (LOPES; MIRANDA, 2017).

O que define a sustentabilidade de empresas é o segmento que estão voltadas, como eficiência energética, gestão da água, alimentos orgânicos, manejo florestal, gestão de resíduos, biodiversidade, turismo e setor têxtil. (SEBRAE, 2016).

Dentre as oportunidades de empreender de forma consciente estão as atividades ligadas a tratamento e reciclagem de resíduos urbanos, paisagismo e jardinagem, resíduos e construções civis, limpeza residencial, energia renovável, ecoturismo, poços artesianos, cooperativas ecológicas, organizações de microfinanciamento (BIOSFERA, 2016).

Embora o empreendedorismo sustentável seja visto por muitos empreendedores como uma ação favorável ao meio ambiente, é preciso mencionar a figura daqueles que veem nessa prática apenas uma forma de atender as deficiências do mercado. Nessa estrutura é possível identificar aqueles empreendedores que estão profundamente engajados na sobrevivência do planeta e veem a criação de uma empresa como um modo privilegiado de contribuir para o desenvolvimento sustentável; na sequência àqueles que transformam empresas apenas para se adequar às regras de respeito ao meio ambiente, e por último, empreendedores que veem principalmente no desenvolvimento sustentável oportunidades de negócio tais como em outros setores, sem serem verdadeiramente engajados ecologicamente (RAUFFLET; BRES; FILION, 2014).

Sob essa ótica, alguns exploram a prática do empreendedorismo sustentável como forma de contribuição das formas convencionais para o desenvolvimento sustentável por meio da geração de empregos, facilitando a introdução de inovações ecológicas e a introdução no mercado de novos bens e serviços, enquanto outros direcionam essa prática de empreendedorismo exclusivamente às questões ambientais (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2007).

#### 4.4 CONSUMO INADEQUADO X PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

As grandes corporações e as pequenas e médias empresas estão se moldando aos novos formatos de negócios direcionados ao princípio do desenvolvimento sustentável, onde adotando como estratégia o empreendedorismo sustentável, se preparam de forma proativa para um novo cenário. (ALMEIDA; KRUGLIANSKAS, 2008). Entretanto no que compõe o público alvo, poucos são aqueles que realmente têm hábitos sustentáveis no dia a dia, e o próprio brasileiro reconhece que o consumo inadequado de recursos naturais ou a falta de hábitos mais responsáveis provoca impactos ao meio ambiente (CNDL, 2019).

Nessa linha, no que se refere ao consumo inadequado, uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) (2019) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) mostra que a “maioria dos brasileiros (97%) possui alguma dificuldade em adotar práticas de consumo consciente”. Essa mesma pesquisa, apontou:

No Brasil há uma visão de consumo consciente mais voltada ao aspecto financeiro: para 41%, ser sustentável significa adotar hábitos que evitem o desperdício e as compras desnecessárias. Ao mesmo tempo, 32% entendem a necessidade de se refletir sobre as consequências de uma compra antes de concretizá-la, sabendo que o consumo produz impactos sociais, ambientais e econômicos para todos. Outros 14%, por sua vez, pensam em atitudes que tem como foco economizar dinheiro, enquanto 11% correlacionam a ação de economizar com a preservação do meio ambiente”. (CNDL, 2019).

Estudo desenvolvido pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) demonstrou que os brasileiros têm boa intenção, mas ainda compram muito, e apontam que o consumo é fortemente associado com o sucesso, onde a maior parte das pessoas dizem admirarem àquelas que têm dinheiro suficiente para comprar o que quiserem; em seguida, àquelas que afirmam que se houver um consumo menor, os empregos acabarão, e por último, aquele grupo que acredita que uma economia saudável requer um nível elevado dos gastos dos consumidores (MENDES, 2018).

Ainda, no que diz respeito a falta de hábitos mais responsáveis, alguns direcionam essa problemática a ações recorrentes do dia a dia, como exemplo, não observar a

compra de produtos fabricados por empresas que investem em projetos sociais e ambientais (BRASIL, 2019).

Embora a falta de alguns hábitos se faça presente entre os consumidores brasileiros, a consciência quanto aos impactos ambientais existe, e isso incentiva o empreendedorismo sustentável a demonstrar sua atuação. Como exemplo é possível citar: Insolar, *startup* que busca democratizar o acesso à energia solar no país; Telite que visa a produção de telhas de plástico reciclável; Boomera, empresa especializada em processos inovadores de reciclagem (Pequenas empresas & Grandes Negócios, 2017).

Nesse cenário é possível visualizar empresas que já adotaram práticas sustentáveis, nesses exemplos observa-se gráfica que aderiu a impressão com papel cera; moda sustentável, onde há produção de peças orgânicas e sustentáveis; turismo que promove benefícios sociais; desenvolvimento de gerador que utiliza biogás proveniente de dejetos bovinos e suínos; compra e venda de vidros para que não sejam descartados indevidamente (SEBRAE, 2020).

Sob essa ótica, imprescindível mencionar o agronegócio brasileiro, pois a conceituação do desenvolvimento sustentável também se aplica no campo. Isso porque a conservação do meio ambiente é importante para o desenvolvimento deste modelo de negócio, se considerado que a produtividade deste setor está primordialmente associada as boas condições do clima e do solo, uma crise nos recursos naturais refletiria no abastecimento de produtos deste setor e uma conseqüente crise econômica. Como exemplos de ações no segmento do Agronegócio direcionadas a sustentabilidade têm-se como exemplo, a utilização de técnicas que garantem maior produtividade com a devida preservação do solo; integração entre lavoura e pecuária, que permite o reaproveitamento da água e destinação certa dos resíduos e a rotação de cultura que não aumenta a quantidade de terras para o cultivo (AGRÍCOLA, 2019).

Importante expor ainda, o programa de baixa emissão de carbono utilizado pela agricultura e direcionada ao cultivo de cana-de-açúcar; o plantio em áreas florestais, vez que o agronegócio se beneficia em manter a propriedade com cobertura vegetal nativa; integração lavoura pecuária floresta (ILPF), que associa a pecuária com a agricultura e o setor florestal a fim de recuperar os nutrientes do solo; agricultura de precisão e digital, uma prática propiciada pelo avanço tecnológico que busca um monitoramento mais

preciso, minimizando erros na tomada de decisões em torno da área cultivada; uso de adubo com material orgânico para enriquecer o solo e diminuir o uso de fertilizantes químicos (GABRIELLE, 2017).

Nesse contexto, imprescindível citar as Certificações de Sustentabilidade que foram criadas para auxiliar o consumidor no ato da compra, pois indica se a empresa possui ações sustentáveis, ou seja, se sua produção é menos agressiva ao meio ambiente. O “Selo Verde” também conhecido como Programa de Rotulagem Ambiental tem como objetivo incentivar empresas a adotarem práticas que não cause danos ao meio ambiente. Algumas vantagens são destinadas às empresas certificadas, como por exemplo, reconhecimento de liderança empresarial, fortalecimento da marca, potencialização de parcerias, ações na bolsa de valores mais valorizada (SUSTENTÁVEL, 2020).

Entre os principais selos verdes no Brasil estão: Procel Edifica,; Liderança em Energia e Design Ambiental (LEED); Carbon Trust Standard; BREEAM; Forest Stewardship Council (FSC); ISO 14001; ISO 26000; ISO 50001; OHSAS 18001; Rainforest Alliance Certified; Ecocert; Instituto Biodinâmico (IBD); Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica; CESVI (SEBRAE, 2016).

A partir da obtenção da Certificação Verde, empreendedores podem ter acesso a algumas modalidades de títulos de renda destinados a financiar projetos ambientais sustentáveis. Como exemplo de título pode-se citar os títulos verdes ou “*green bonds*” que são emitidos para captação de recursos destinados a financiamento de projetos com impacto ambiental positivo em diversas áreas de reflorestamento a transporte público. Se trata de um investimento que pode ser realizado através de debêntures, debêntures incentivadas (de infraestrutura), Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) e Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI). No Brasil já foram emitidos seis títulos verdes, negociados na Bolsa de Valores, a B3, de empresas de energia, papel e celulose e da indústria química. (ESTADÃO, 2019).

Além das Certificações, há também os incentivos concedidos pelo governo (federal, estadual e municipal) destinados tanto a pessoa física como jurídica que objetivam o desenvolvimento de atividades sustentáveis. Os incentivos desta categoria abrangem redução ou isenção de impostos, tributação aplicada conforme critérios

ambientais, maior repasse de verba, incentivos em infraestrutura (SEBRAE, 2015). Nesse sentido, a Lei n.º 12.836 sancionada em 02 de julho de 2013 pode ser trazida como exemplo, pois sua regulamentação visa possibilitar incentivos para edificações urbanas que fazem uso de práticas sustentáveis (BRASIL, 2013).

#### 4.5 ESTUDO DE CASO – O CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO TRADICIONAL E SUSTENTÁVEL

Como observado, o empreendedorismo tradicional no Brasil se trata de uma prática caracterizada pela majoração de lucros, que disponibiliza no mercado produtos e serviços cada vez mais atrativos direcionados a sua cartela de clientes, além de contribuir no desenvolvimento e reestruturação econômica de muitas regiões do país como o interior paulista, por exemplo.

Os brasileiros tem buscado cada vez mais sua consolidação no mercado de negócios e entre os perfis empreendedores foi observado que tem se tornado costumeiro a atuação de jovens e mulheres a frente do seu negócio, além da figura do produtor rural que têm se adequando aos modelos atuais de negócio corroborando a forte evidência do agronegócio.

No interior paulista, por exemplo, é um dos segmentos de maior destaque, mas sua contribuição se estende por todo país por proporcionar oportunidades de emprego e incentivar o mercado interno e externo. Se trata de um segmento que tem impulsionado o Brasil mesmo em meio a pandemia Covid-19 por contribuir com o PIB setorial.

Em relação as informações obtidas através das entrevistas realizadas com empreendedores do interior paulista, os demais segmentos correspondem ao ramo alimentício seguido de vestuário, engenharia e acessórios e presentes. Se trata de uma condição natural se considerado que as pequenas empresas do segmento alimentício, principalmente “fast food” têm apresentado taxa significativa de abertura de negócios (SEBRAE, 2018).

Entre as 09 (nove) empresas envolvidas, 02 (duas) se tratam de empreendimentos familiares. No que consiste o fator mais importante para o negócio, foram observadas as similaridades em torno do perfil empreendedor, onde a persistência foi a característica

de maior evidência, seguida do oferecimento de serviços de boa qualidade, do bom atendimento e o correto planejamento, compondo o que na visão dos envolvidos seria o empreendimento adequado. Em relação a crise vivenciada no país, o maior desafio apontado pelos entrevistados foi a instabilidade financeira, em seguida, dificuldades nas readequações do negócio e da manutenção da fidelização dos clientes. Todos relataram que a reestruturação e inovação do seu negócio foi a postura adotada durante o citado momento de crise.

No que consiste a relação do empreendedorismo e o desenvolvimento sustentável, ficou evidenciado que práticas empreendedoras começaram a ser revistas buscando atender as necessidades atuais sem que as gerações futuras sejam prejudicadas. A partir disso, a conceituação do empreendedorismo sustentável tem buscado sua consolidação, já que se trata de uma prática que se utiliza de ferramentas do empreendedorismo adaptadas a questões ambientais.

Entre as atividades ligadas ao empreendedorismo sustentável estão àquelas condizentes ao tratamento e reciclagem de resíduos urbanos, paisagismo e jardinagem, resíduos e construções civis, limpeza residencial, energia renovável, ecoturismo, poços artesianos, cooperativas ecológicas, organizações de microfinanciamento. Nesse sentido, em torno das entrevistas acima citadas, foi possível observar que dentre os 09 (nove) empreendimentos, 03 (três) correspondem a segmentos direcionados a sustentabilidade, sendo: energia renovável, paisagismo e agronegócio.

No que se refere ao agronegócio no contexto do desenvolvimento sustentável, importante frisar que a conservação do meio ambiente é imprescindível, pois a produção deste setor está atrelada as condições adequadas do solo e do clima. E essa premissa tem estimulado os empreendimentos ligados a este setor a aderirem a ações voltadas a sustentabilidade, já que eventual crise nos recursos naturais pode afetar o abastecimento de produtos no mercado e provocar uma crise econômica.

Essa transição do empreendedorismo tradicional para sustentável ainda se demonstra lenta em razão de alguns perfis consumidores e empreendedores. Entre os consumidores, poucos são aqueles que no seu dia a dia adotam práticas baseadas em conceitos sustentáveis; e no que condiz aos empreendedores, ainda há a figura daqueles que direcionam a mudança de processos e produtos apenas como uma forma de atender

as deficiências do mercado se despreendendo da ideia de que se trata de uma ação favorável ao meio ambiente.

No que compreende o estímulo ao empreendedorismo sustentável se identificou a existência de Certificações criadas para demonstrar se àquela empresa atuante no mercado se adequa a ações sustentáveis e conseqüentemente auxiliar o consumidor a escolher seus produtos de maneira consciente. As empresas certificadas tendem a apresentar um fortalecimento da marca assumindo uma posição de liderança no cenário empresarial, além do acesso a algumas modalidades de títulos como os “*green bonds*” que visam a obtenção de recursos destinados a financiamento de projetos com impacto ambiental positivo. Não obstante as Certificações, observou-se ainda os incentivos governamentais destinados ao desenvolvimento de atividades sustentáveis e compreendem alguns benefícios como isenção ou redução de impostos, incentivos em infraestrutura, entre outros.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente trabalho se conclui que o empreendedorismo se trata de uma prática que possibilitou o desenvolvimento de grande parte do país através de diversos segmentos e perfis atuantes no mercado de negócios, de modo que o agronegócio se demonstra como um dos segmentos de forte evidência pela forma como impulsiona a economia. Porém o empreendedorismo tradicional está sujeito a transformações, vez que o desenvolvimento sustentável é um tema cada vez mais expressivo dentro do cenário empreendedor e oportunidades de contribuir com o meio ambiente estão sendo visualizadas através de ações que refletem na redução de impactos ambientais e possibilitam o fortalecimento da marca da empresa.

Remetendo ao empreendedorismo sustentável, nota-se que existem são poucas as empresas envolvidas nessa prática e o desafio existente nesse processo de transformação de empreendedorismo convencional para ambiental está ligado aos vícios de hábito dos consumidores e até mesmo de conceitos errôneos abrangidos por alguns empreendedores que veem nessa modalidade apenas uma forma de atender uma deficiência do mercado, se desprendendo do objetivo principal consistente em contribuir com o meio ambiente.

Aos empreendimentos brasileiros que já integraram em seu negócio ações de cunho sustentável, se conclui que resta o desafio de manter essa modelagem de forma efetiva ao ponto de alcançar a potencialização da transformação socioambiental almejada.

## REFERÊNCIAS

- AGRÍCOLA, A. **A preservação do meio ambiente e sua importância para o agronegócio**. 2019. Disponível em: <<https://athenasagricola.com.br/blog/sustentabilidade/49/a-preservacao-do-meio-ambiente-e-sua-importancia-para-o-agronegocio#>>. Acesso em: 07 fev. 2021.
- ALMEIDA, F. A. S. DE; KRUGLIANSKAS, I. **O empreendedorismo Sustentável**. IPEA Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2008. Disponível em: <[https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&view=article&id=988:catid=28&Itemid=23](https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=988:catid=28&Itemid=23)>. Acesso em: 14 fev. 2021.
- ALVES, T. **Pesquisa diz que 45% dos pequenos negócios tiveram perdas na pandemia**. Agência Brasil. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2020-08/pesquisa-diz-que-45-dos-pequenos-negocios-tiveram>>. Acesso em: 07 fev. 2021.
- ANDRADE, J. **13 negócios que surgiram durante a crise Covid-19**. Forbes, 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/escolhas-do-editor/2020/07/empreendedorismo-na-pandemia-13-negocios-que-surgiram-durante-a-crise-de-covid-19/>>. Acesso em: 27 out. 2020.
- BIOSFERA Instituto Global. **Empreendedorismo sustentável.**, 2016. Disponível em: <<http://biosfera.org.br/empreendedorismo-ambiental/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.
- BOSZCZOWSKI K. A; TEIXEIRA R. M. **O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais**. Revista Economia & Gestão 12 (29), 141-168, 2012. Disponível em: <[http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ImqeXUINtEJ:scholar.google.com/+empreendedorismo+ambiental&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:ImqeXUINtEJ:scholar.google.com/+empreendedorismo+ambiental&hl=pt-BR&as_sdt=0,5)>. Acesso em: 10 fev. 2021.
- BRASIL, Lei n.º 12.836, de 02 de julho de 2013. Dispõe sobre o Estatuto da Cidade, altera os arts 2º, 32 e 33 da Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001. Diário Oficial da União, Brasília DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/l12836.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12836.htm)>. Acesso em: 10 fev. 2021.
- BUSNELLO, E. **A atual situação do empreendedorismo no Brasil**. Notícias Concursos, 2020. Disponível em: <<https://noticiasconcursos.com.br/empreendedorismo/empreendedorismo-no-brasil/>>. Acesso em: 26 out. 2020.
- CARVALHO, G. R; OLIVEIRA, C. DE. **O Setor Sucroalcooleiro em Perspectiva**. Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, 2006. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1008450/o-setor-sucroalcooleiro-em-perspectiva>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

CNA. **PIB do Agronegócio cresceu 5,26% no 1º semestre de 2020**, 2020. Disponível em: <<https://www.cnabrazil.org.br/boletins/pib-do-agronegocio-cresceu-1-semester-2020>>. Acesso em: 24 fev. 2021.

CHAGAS, A; COSTA, L. **Empreendedorismo e Inovação no Interior Paulista**. FECOMERCIO SP, 2017. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/noticia/empreendedorismo-e-inovacao-no-interior-paulista-por-agilberto-chagas-e-leandro-costa>>. Acesso em 28 out. 2020.

CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas - FGV, 1991.

CNDL Brasil. **Maioria dos Brasileiros ainda tem dificuldade em adotar práticas de consumo consciente**. 2019, Disponível em: <<https://site.cndl.org.br/maioria-dos-brasileiros-ainda-tem-dificuldade-em-adotar-praticas-de-consumo-consciente-revelam-cndlspc-brasil/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

ERA – Ética e Realidade Atual. **Afinal, o que é empreendedorismo sustentável?**, 2012. Disponível em <<http://era.org.br/?p=3407>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

ESTADÃO. **Títulos Verdes ganham espaço no mercado financeiro**. Exame.invest, 2019. Disponível em: <<https://exame.com/mercados/titulos-verdes-ganham-espaco-no-mercado-financeiro/>>. Acesso em: 10 fev. 2021.

FRANÇA, A. **8 em cada 10 estabelecimentos comerciais manterão delivery após pandemia**. Isto é, 2020. Disponível em: <<https://istoe.com.br/8-em-cada-10-estabelecimentos-comerciais-manterao-delivery-apos-pandemia-diz-estudo/>>. Acesso em: 26 out. 2020.

GABRIELLE, C. **Sustentabilidade: O agronegócio preservando o meio ambiente**. Unesp, 2017. Disponível em: <<http://reporterunesp.jor.br/2017/09/13/sustentabilidade-o-agronegocio-preservando-o-meio-ambiente/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

GEPHART, R. P Jr. **Pesquisa Qualitativa e o Academy of Management Journal**. V. 47. p. 454–462. 2004

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Atlas S/A. 4ª edição. São Paulo, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo**. 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%3%b3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2020.

**Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**, 2021. Disponível em: <<https://odsbrasil.gov.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

INVESTSP. **Agronegócios**. 2020. Disponível em: <<https://www.investe.sp.gov.br/setores-de-negocios/agronegocios/>>. Acesso em: 07 fev. 2021.

ISTO É. **Cresce número de Jovens Empreendedores no Brasil**. 2018. Disponível em: <<http://istoe.com.br/cresce-numero-de-jovens-empreendedores-no-brasil/>>. Acesso em: 07 fev. 2021.

ISTO É. **Agronegócio ajudou a segurar PIB durante a pandemia**. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/agronegocio-ajudou-a-segurar-pib-durante-a-pandemia-diz-ministra/>. Acesso em: 24 fev. 2021.

KRETER, A. C.; JUNIOR, J. R. de C. **Economia Agrícola. Carta de Conjuntura número 48, Terceiro Trimestre de 2020**. IPEA, 2020 Disponível em: <[https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/200825\\_cc\\_48\\_economia\\_agricola.pdf](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/200825_cc_48_economia_agricola.pdf)> Acesso em: 24 de fev. 2021.

LOPES, A. E. M. P; MIRANDA, C. F. DE. **Empreendedorismo Sustentável: Uma oportunidade de Estratégias Competitivas**. Ágora Revista de Divulgação Científica - UNC, 2017. Disponível em: <[file:///C:/Users/GM%20Eletro%20Sol/Downloads/1519-Texto%20do%20artigo-6719-1-10-20171219%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/GM%20Eletro%20Sol/Downloads/1519-Texto%20do%20artigo-6719-1-10-20171219%20(3).pdf)>. Acesso em: 12 fev. 2021.

MAGALHÃES, M. **Impacto da Pandemia de COVID-19 no Mercado de Trabalho e Medidas Compensatórias**. Associação Nacional dos Especialistas em Políticas Públicas e Gestão Governamental - ANESP, 2019. Disponível em: <<http://anesp.org.br/todas-as-noticias/2020/6/9/impacto-da-pandemia-de-covid-19-no-mercado-de-trabalho-e-medidas-compensatrias>>. Acesso em: 16 nov. 2020.

MELLO, Daniel. AgênciaBrasil, 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-07/home-office-foi-adotado-por-46-das-empresas-durante-pandemia>>. Acesso em: 10 fev. 2021.

MENDES, G. **O que é Desenvolvimento Sustentável**. Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Disponível em: <[https://cebds.org/desenvolvimento-sustentavel/?gclid=Cj0KCQiA1KiBBhCcARIsAPWqoSoxDZ\\_1WuScEgtBP1-0japTekSS8s2neabAE-rpcd6bNfAs3gAyVmgaAhAtEALw\\_wcB#.YCqwcGhKjIU](https://cebds.org/desenvolvimento-sustentavel/?gclid=Cj0KCQiA1KiBBhCcARIsAPWqoSoxDZ_1WuScEgtBP1-0japTekSS8s2neabAE-rpcd6bNfAs3gAyVmgaAhAtEALw_wcB#.YCqwcGhKjIU)>. Acesso em: 13 fev. 2021.

MEUSUCCESSO. **O que é empreendedorismo Sustentável**, 2014, Disponível em: <<https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/o-que-e-empreendedorismo-sustentavel-226/#:~:text=O%20conceito%20de%20empreendedorismo%20sustent%C3%A1vel,do%20meio%20social%20e%20ambiental>>. Acesso em: 13 fev. 2021.

MOURA, R. **A importância do Empreendedorismo Feminino**, DUE, 2019. Disponível em: <<https://www.revistadue.com/mulheres/>>. Acesso em: 09 fev. 2021

NITAHARA, A. **Impactos negativos da Covid-19 nas empresas diminuíram em agosto**. Agência Brasil, 2020. Disponível em: 09 fev. 2021. <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/impactos-negativos-da-covid-19-nas-empresas-diminuiram-em-agosto#:~:text=Os%20impactos%20negativos%20da%20pandemia,6%25%20medidos%20no%20per%C3%ADodo%20anterior.&text=Empresas%20de%20todos%20os%20p ortes%20relataram%20a%20melhora%20na%20percep%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 12 nov. 2020.

ONDEI, V. Nem a pandemia Covid-19 para o agronegócio brasileiro. Forbes Agro, 2020. Disponível em: < <https://www.forbes.com.br/negocios/2020/12/nem-a-pandemia-de-covid-19-para-o-agronegocio-brasileiro/> >. Acesso em 24 fev. 2021.

PEQUENAS Empresas & Grandes Negócios. **05 Ideias lucrativas e conectadas ao meio ambiente, 2017**. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Econegocio/noticia/2017/07/5-ideias-de-negocio-lucrativas-e-conectadas-ao-meio-ambiente.html>> . Acesso em: 12 fev. 2021.

PIFER, R. **Empreendedorismo sustentável, O que é?**, 2017. Disponível em: <<http://www.cetecambiental.eco.br/empreendedorismo-ambiental-o-que-e/>>. Acesso em: 14 fev. 2021.

PINTO, E. **Painel projeta futuro do agronegócio brasileiro no pós-pandemia**. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural, 2020. Disponível em: < <https://www.agricultura.rs.gov.br/painel-projeta-futuro-do-agronegocio-brasileiro-no-pos-pandemia> >. Acesso em 24 fev. 2021.

RAUFFLET, E.; BRES L.; FILION L. J. **Desenvolvimento Sustentável e Empreendedorismo**. Regepe, 2014. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/119/64>>. Acesso em: 14 fev. 2021.

REIS, L. F. P. DOS. **Sucroalcooleiro e Agronegócio merecem respeito**. RPAnews Cana & Indústria, 2020. Disponível em: <<https://revistarpanews.com.br/sucroalcooleiro-e-agronegocio-merecem-respeito/>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

SEBRAE. **Políticas Públicas para Sustentabilidade**. Boletim de Tendências, 2015. Disponível em: <[http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/BT\\_Jul\\_Incentivos.pdf](http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/BT_Jul_Incentivos.pdf)> . Acesso em: 14 fev. 2021.

SEBRAE. **Certificações Verdes**. Sustentabilidade – Relatório de Inteligência, 2016. Disponível em:

<[http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/2016\\_7\\_CERTIFICA%C3%87%C3%95ES\\_VERDE.pdf](http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/2016_7_CERTIFICA%C3%87%C3%95ES_VERDE.pdf)>.

Acesso em: 10 fev. 2021.

SEBRAE. **Por que abrir um negócio em cidade do interior**, 2020. Disponível em:

<<https://inovacao.sebrae.com.br/por-que-abrir-um-negocio-em-cidade-do-interior/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

SEBRAE, **Inovação 6 empresas que adotam práticas sustentáveis e geram lucros**,

2020. Disponível em: <<https://inovacao.sebrae.com.br/6-empresas-que-adotaram-praticas-sustentaveis-e-geraram-lucro/>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

SENAR. **O empreendedorismo rural e a gestão na propriedade**, 2018. < <http://senar-ma.org.br/o-empreendedorismo-rural-e-a-gestao-na-propriedade/>>.

Acesso em: 09 fev. 2021.

SOUZA, I. DE. **Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios**. Rockcontent, 2020 Disponível em:

<<https://rockcontent.com.br/blog/historia-do-empreendedorismo/>>. Acesso em: 18 nov. 2020.

SUSTENTÁVEL.com.br. **Selo Verde: Entenda sua importância**. 2020. Disponível em:

<<https://sustentavel.com.br/selo-verde/>>. Acesso em: 14 fev. 2021.

UNYLEYA, F. **Conheça o perfil do empreendedor brasileiro**. 2020. Disponível em:

< <https://blog.unyleya.edu.br/insights-confiaveis/conheca-o-perfil-do-empreendedor-brasileiro/>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

VAZ, S. **Mulheres empreendedoras no Brasil: Fatores que as levam a empreender**.

Administradores.com, 2015 Disponível em:

<<https://administradores.com.br/artigos/mulheres-empreendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender>>. Acesso em: 09 fev. 2021.

VERGA, E.; SOARES DA SILVA, L. F. **Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens**. Disponível em: <[Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2014. http://ejepe.org.br/anais/tema05/186.pdf](http://ejepe.org.br/anais/tema05/186.pdf)>.

Acesso em: 09 fev. 2021.

ZEN, A. C; FRACASSO, E. M. **Quem é o empreendedor? As implicações de três**

**revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor**. RAM - Revista de Administração Mackenzie, 2008. Disponível em:

<[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712008000800008](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000800008)>.

Acesso em: 11 out. 2020.

## ANEXO 1 – ENTREVISTAS NA ÍNTEGRA

O interior paulista apresenta uma gama de empreendedores em virtude das condições favoráveis oferecidas pela região. Dessa forma, breves entrevistas foram realizadas com alguns empreendedores locais com o intuito de compreender pontos de vista e a trajetória de cada um no âmbito do empreendedorismo.

Participantes: Paulo Aparecido de Oliveira atuante no setor alimentício; Guilherme Moreira da Silva, atuante no ramo da Engenharia, Rildo Parro atuante na área do vestuário, Caito Manfrin Quagliat, atuante no ramo de fertilizantes e bioestimulantes.

Oportunamente, foram realizadas também entrevistas com algumas empreendedoras da região, a fim de apresentar a vivência de cada uma no contexto do empreendedorismo.

Participantes: Angetrina Geralda de Faria, atuante no ramo da Confeitaria; Gheyse Santiago Linaldi atuante no setor de vestuário; Ana Carolina Pinheiro Rezende Dower; Maria Carolina Garcia Pazini, atuante no ramo do Agronegócio e Maria Lucia Costa Bruschi, atuante no ramo de acessórios e presentes.

**PAULO APARECIDO DE OLIVEIRA – PAULINHO LANCHES,**  
**Atuante no setor alimentício – Setor de “Fast-Food” há 36 anos, com estabelecimento no município de Paraguaçu Paulista-SP.**

*1. Como surgiu a ideia de se tornar empreendedor?*

R. A ideia de ser empreendedor surgiu trabalhando como empregado, pois sempre desempenhei meu trabalho como se aquilo fosse para mim, e com isso, logo comecei a trabalhar por conta, empreender no meu próprio negócio.

*2. Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. Muita determinação, visão. Sempre almejando o que eu pretendia fazer. Focando 100% daquilo com muita perseverança, pois não foi da noite para o dia. A batalha é cansativa, sem dinheiro, apenas com as ideias, mas confiando nas ideias que fizeram o negócio chegar aonde chegou. Acreditando sempre no trabalho, acreditando em mim mesmo.

*3. O que é empreendedorismo para você?*

R. É aquilo que você toma um ponto de partida, visualiza uma oportunidade, uma pré-disposição sua, acredita e vai em frente com perseverança e espírito de correr atrás, de batalhar e buscar o que almeja, de agregar pessoas, não apenas em você que pensa, é preciso buscar parcerias, nem sempre as parcerias vêm. Então empreendedorismo para mim é aquilo que parte de você mesmo, põe a sua ideia, fixa naquilo que você quer e vai para batalha!

4. *O que você almejava ao se tornar empreendedor? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Almejava ter estabilidade, comecei muito pequeno, mas com muita fé. Entendia que administrando o pequeno, também era capaz de administrar algo grande. Você vai aprendendo, tomando conhecimento e almeja sempre crescer respeitando o comércio, além da possibilidade de dar emprego, além de firmar o alicerce, o pé no chão. Ao rever minha trajetória me sinto satisfeito, pois só eu sei como foi chegar até aqui, se manter no mercado com tantas dificuldades, política suja, tudo empurrando você para trás, porque empreendedores pequenos se sentem assim em razão da administração pública que não te dá oportunidade ou mesmo empresários maiores que tentam te derrubar.

5. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para o empreendedor?*

R. O desafio para o empreendedor no cenário atual foi o seguinte, você estar com o pé no chão, consciente, sem esperar muita coisa do governo. Você tem que estar olhando o mercado, créditos, tudo que é financeiro, e planos do governo, já que muitos não são estáveis. Então nessa pandemia, por exemplo, mantive sempre o pé no chão, estabilizado sobre finanças e direção da empresa. Não foi fácil, tem sido difícil para todo mundo, mas graças a Deus estou passando sem problema nenhum. Deu um golpe na gente, mas deu para passar sim - fácil não foi.

6. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

R. Procurei respeitar todas as exigências da saúde, do município e do governo. Adotando *todos os cuidados propostos, os seguindo a risca.*

7. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R: Perseverança, olhar lá para frente; entender que sou empregado do meu próprio empreendimento. Eu sou o empregado número 1, a locomotiva que puxa meu empreendimento, e meus parceiros/colaboradores são os vagões, é preciso que você esteja a frente, seja consciente. E entenda que existe vários golpes em planos governamentais onde você às vezes acredita e não é aquilo. Você deve mirar seu próprio horizonte, pensar firme e ir com o pé no chão, pois dá certo sim, o sucesso vem. Não é fácil, mas vem.

**GUILHERME MOREIRA DA SILVA – GM ELETRO-SOL,  
Atuante na área de Engenharia Elétrica há 04 anos, com estabelecimento no município de Paraguaçu Paulista-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedor?*

R. Todo empreendedor tem dentro dele essa vontade, não me identifico sendo empregado, por essa razão me coloquei a frente da criação do meu próprio negócio. Quem plantou essa semente em mim foi meu pai, pois quando eu comecei não sabia ao certo o que era empreender. Com o passar do tempo fui compreendendo a essência do empreendedorismo e então me identifiquei e vi que me encaixo no perfil.

2. *Quais ações/decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. Empreender é um tanto quanto lógico, é um jogo de estratégia 24 horas. Organização é primordial, assim como saber tudo que acontece dentro da sua empresa, e mais importante ainda é ter conhecimento sobre todos os processos.

3. *O que é empreendedorismo para você?*

R. Empreender para mim é fazer o sonho se tornar realidade. Sou uma pessoa que mentaliza muito. Tudo que conquistei hoje, idealizei muito antes acontecer, desde coisas simples, isso me impulsionou.

*4. O que você almejava ao se tornar empreendedor? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Quando abri a minha empresa focada em Geradores Fotovoltaicos, a minha ideia era atender o público de classe média baixa, para que essas as pessoas pudessem ter uma “folga” na sua renda mensal, já que deixar de pagar a conta de energia ou pagar o mínimo que seja, refletiria em uma renda a mais àquela pessoa. Dessa forma estudei todas as condições de pagamento, formalizei tudo, deixando a empresa nas condições certas para isso. De início infelizmente em razão de fatores externos não consegui atingir essa meta, porém em 2019 consegui atender o primeiro cliente de baixa renda que conseguiu adquirir o gerador. No caso, a cliente foi uma senhora, uma lavadeira, e abriu portas para tantos outros. Isso para mim foi ver um sonho se tornar realidade. E sim, me sinto satisfeito ao rever minha trajetória, na verdade sinto gratidão, porque tudo que compõe quem eu sou hoje foi o mundo do empreendedorismo que me proporcionou.

*4. Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para o empreendedor?*

R. Já é difícil você empreender, porque ao criar o seu negócio você não tem capital de giro, créditos em banco são difíceis, uma série de responsabilidades já o cercam, com a pandemia isso se intensificou, quem está começando agora sofre além do habitual, porque o fluxo do mercado está baixo, a produção industrial que movimenta o país foi baixa, então é uma cadeia que reflete no empreendedor desde os maiores aos pequenos. Pelo que andei estudando e considerando o que passei, as empresas tiveram uma queda de cerca de 30% na rotatividade/mês.

*5. Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19?*

R. Minha empresa é ramificada entre corpo técnico que trabalha administrativamente no escritório e o pessoal do campo, responsável pela execução dos projetos desenvolvidos. Dentro do cenário atual, obedecemos a todos os protocolos, desde a disponibilização de máscaras a álcool em gel para devida higienização durante os trabalhos, assim como as devidas orientações de distanciamento. Dentro do escritório foi realizado o isolamento por área, a fim de manter a distância adequada.

*7. Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Acreditar. O fato de você acreditar no seu sonho faz com que você não tenha medo das coisas que possam te tirar o sossego. O fato de você acreditar é o ter fé dia após dia. Nunca olhar para trás, sempre olhar para frente. Ver as coisas de uma forma como se nada estivesse te abalando. Eu acredito tanto que acontece.

**RILDO PARRO - O DOIDÃO CONFECÇÕES,**

**Atuante no ramo varejista de confecções, cama, mesa e banho, há mais de 30 anos, com estabelecimento no município de Paraguaçu Paulista-SP.**

*1. Como surgiu a ideia de se tornar empreendedor?*

R. Sou empreendedor desde os meus 21 anos, quando iniciei minha primeira empresa, sempre com a ideia fixa de buscar e crescer.

*2. Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. A primeira ação está em convencer as pessoas de que você é capaz, depois pedir demissão de um bom emprego e acreditar. Crer e aprender é a palavra para empreender.

3. *O que é empreendedorismo para você?*

R. Na verdade, a necessidade nos faz empreender, saber que podemos criar, copiar, melhorar e fazer o diferente, motiva a empreender, isso é o empreendedorismo.

4. *O que você almejava ao se tornar empreendedor? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Buscar o entendimento, melhorar, criar, trazer conhecimento do aprendizado a outras pessoas, mostrar que todos somos capazes, basta acreditar, sobre satisfação, acredito nunca estar satisfeito, isso é pessoal, não pelas conquistas pois elas vem em função da busca, mais sim na vontade de querer.

5. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para o empreendedor?*

R. O mundo é nosso desafio, para mim o Brasil é o melhor país para se empreender, vivemos várias situações neste país, e todas se tornaram grandes aprendizados, a última agora, com essa pandemia, o desafio é crer que tudo vai dar certo, procurar tornar as coisas mais fáceis dentro de um cenário de medo e angústia, pois somos acometidos todos os dias por notícias ruins, que em geral são as que circulam mais rápido. Quer empreender, venda lenço enquanto alguns choram, isso sempre ouvi e acredito que temos que levar o melhor para cada situação.

6. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19?*

R. Adotamos vários métodos de trabalho, tudo dentro de uma situação em que nossa necessidade fosse alcançada da maneira mais segura.

- Criamos horários de atendimentos diferenciados, evitando o acúmulo de pessoas, e procurando atender as medidas necessárias.
- Fizemos entregas aos clientes em suas residências para que não houvesse a necessidade de exposição nas lojas.
- Acepcia nas entradas das lojas com álcool em gel e toalhas de papel para limpeza das mãos dos colaboradores e clientes.
- Álcool 70% nos balcões das lojas, e limpeza dos mesmos a cada 30 minutos.
- Uso de máscaras
- Vestiários sem funcionamento para evitar exposição de clientes com os produtos.
- Proibir condicionais e criar somente a venda direta para que o produto não retornasse a loja depois de exposto.

6. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. O sucesso do negócio é, respeito, confiança, trabalho duro, oferecer bons produtos a preços justos, oferecer bom atendimento, acompanhar as inovações que o mercado exige e claro acreditar sempre que pode empreender mais e mais.

**CARLOS MANFRIN QUAGLIATO – DNAgro do Brasil Ltda,  
Atuante no ramo de fertilizantes e bioestimulantes, com estabelecimento no município de Ourinhos-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedor?*

R. A ideia surgiu da combinação de 3 fatores: ser independente, criar uma empresa inovadora e aproveitar as oportunidades.

2. *Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. As decisões é o que te direciona, é o caminho que você pretende seguir. As ações são o que te fazem chegar no seu objetivo. Uma não acontece sem a outra. Muitas vezes tem-se que tomar decisões difíceis e até arriscadas, mas com planejamento, trabalho e persistência as coisas tendem a dar certo.

3. *O que é empreendedorismo para você?*

R. Empreendedorismo é você achar solução onde há problema, é entender as oportunidades onde há dificuldades e agir para que aquilo aconteça. Não adianta ter uma ideia brilhante, com excelente oportunidade e não fazer o negócio sair se materializar.

4. *O que você almejava ao se tornar empreendedor? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Minha intenção sempre foram: Fazer o que faço bem feito, com honestidade, ética, persistência e muita dedicação. Em consequência disso, você adquire respeito, reconhecimento dinheiro.

5. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para o empreendedor?*

R. O maior desafio da pandemia é a incerteza de viver algo inédito no mundo, sem saber as consequências, e o medo, principalmente no início da pandemia, que cercou as pessoas. Nessas horas temos que ser corajosos e muito criativos.

6. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

R. Em primeiro lugar seguimos com todos as exigência, regras e diretrizes federais, estaduais e municipais para proteger nosso colaboradores, clientes e fornecedores: distanciamento social, álcool em gel em todos os ambientes, uso obrigatório de máscaras, reuniões via *conference call* (quando possível), banners e folhetos com orientações, dentre outros.

7. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Trabalho árduo, dedicação e persistência.

**ANGETRINA GERALDA DE FARIA – SABOR & ARTE,**

**Atuante na área da Confeitaria há quase 11 anos, com estabelecimento no município de Maracá-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?*

R. Eu trabalhei no comércio local como balconista e também na Usina Maracá como funcionária da mesma, e ainda, através de uma empresa terceirizada. Foi quando engravidei da minha primeira filha, com poucos meses de casada. Quando ela nasceu não tive coragem de voltar ao mercado de trabalho com carteira assinada e horários para cumprir. Comecei então a pedir a Deus em Oração que mostrasse um caminho a seguir, uma oportunidade de ganhar meu dinheiro e ajudar na renda familiar, sem ter que sair da casa, mas não imaginava como. Foi aí que Deus falou comigo através de uma batedeira de bolo (risos). O som da batedeira foi como se o próprio Deus estivesse me trazendo a resposta das minhas orações. E Ele foi bem claro: "Você vai fazer bolos para vender". Naquele momento eu tive a certeza que era isso que eu faria.

2. *Como mulher, passou por alguma dificuldade no empreendedorismo, como situações de preconceito?*

R. Nenhuma, muito pelo contrário. Talvez no ramo da confeitaria, o fato de ser mulher só ajudou. Somos mais detalhistas e organizadas e isso sempre foi fundamental.

3. *Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. Me qualificar para o mercado de trabalho. Cursos e aperfeiçoamento sempre foram constantes. Logo nos primeiros meses busquei informações para formalizar a empresa, mesmo ela sendo pequena, fazia questão de fazer tudo como deveria ser. Mas não foi tão fácil assim no início, nos 03 primeiros anos trabalhei informalmente na cozinha de casa. Depois consegui construir uma cozinha nos fundos, exclusivamente para a Confeitaria, conforme as normas da vigilância sanitária, recebendo então o Alvará e a licença para trabalhar devidamente.

4. *O que é empreendedorismo para você?*

R. Simples. É pegar aquilo que você ama e sabe fazer, e transformar em fonte de renda.

5. *O que você almejava ao se tornar empreendedora? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Viver da minha paixão e ser reconhecida como referência no meu ramo. Me sinto feliz e orgulhosa de quem me tornei, mas ainda não realizada, tenho muitos sonhos, quero crescer ainda mais.

6. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para mulher empreendedora?*

R. É se reinventar, se adequar a esse novo tempo para permanecer no mercado. Um exemplo nosso: Não fazíamos bolos tão pequenos. Aí tive a ideia de produzir kit festa para 10 pessoas (para que as pessoas pudessem comemorar em suas casas), motivando-as a não deixarem de celebrar as datas especiais, porque mesmo em tempos difíceis, quando tudo isso passar, o que vai permanecer serão as memórias afetivas construídas - Foi e está sendo sucesso!

7. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

R. Olha para falar a verdade não mudou muita coisa. Quem trabalha com alimentos sempre está atendo a higiene, organização o tempo todo, isso é imprescindível.

8. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Sempre foi e sempre será a união da Beleza e do Sabor. Nossa missão é trazer a cada cliente o encantamento com a beleza dos nossos produtos e quando comer se surpreender com o Sabor. Para nós os dois fatores são importantes. Outro fator importante, é nossa empresa familiar que foi tão necessária para a nossa consolidação.

**GHEYSE SANTIAGO LINALDI – ALTERNATIVA MODAS - ALGODÃO DOCE,  
Atuante no ramo de vestuário há 15 anos, no município de Paraguaçu Paulista-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?*

R. Sempre fui empreendedora, quando criança fazia pulseira, não perdia uma oportunidade, mais meus pais sempre tiveram comércio, foi aí que fortaleci meu desejo de empreender, aos 8 anos já ajudava meu pai na loja.

2. *Como mulher passou por algumas dificuldades no empreendedorismo, como situações de preconceito?*

R. Não passei, acredito que nós mulheres estamos conquistando nosso espaço.

3. *Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. Formada em psicologia e atuando na área também, chegou um momento em que tive que optar em ser psicóloga ou empreendedora, pois me faltava tempo.

4. *O que é empreendedorismo pra você?*

R. Empreendedorismo pra mim é a capacidade que a pessoa tem para investir em recursos, criar algo, desenvolver projeto que gerem mudanças na vida das pessoas.

5. *O que você almeja ao se tornar empreendedora? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Acredito que toda empreendedora almeje sucesso e reconhecimento, me sinto muito satisfeita com minhas conquistas, agora com um novo projeto, uma nova loja, no ramo infantil.

6. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia), qual o maior desafio para mulher empreendedora?*

R. Manter os clientes assíduos com certeza é um grande desafio, pois com a pandemia muitos se afastaram com medo do vírus, e também devido a crise financeira.

7. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo COVID- 19?*

R. Sempre trabalhamos com condicional ( levar a mercadoria até o cliente), agora reforçamos ainda mais essa opção de compra, o trabalho on line também tem sido de muita ajuda.

8. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Um bom atendimento e qualidade dos produtos.

**ANA CAROLINA PINHEIRO REZENDE DOWER – VÓ TEREZA – EMPÓRIO & CAFÉ,  
Atuante no ramo alimentício há dois anos, com estabelecimento no município de  
Paraguaçu Paulista-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?*

R. Surgiu após perceber que empreender dá a liberdade de criar, renovar, reinventar. E isso faz com que eu me sinta mais completa. Não via essa possibilidade dentro da advocacia, e junto disso o meu amor pela culinária foram impulso para me arriscar nos negócios

2. *Como mulher, passou por alguma dificuldade no empreendedorismo como situações de preconceito?*

R. Sim, já chegaram homens perguntando: "Cadê o Patrão?" Sendo que eu sou a proprietária. Além disso foi complicada a questão de largar a advocacia para começar a trabalhar em uma cozinha e gerir um negócio, algumas pessoas atrelavam minha mudança de profissão a uma desistência por fracasso. E a advocacia é machista, então parecia que eu estava numa cozinha por só ter dado certo nisso.

3. *Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. Precisei primeiramente admitir para mim que não estava feliz na minha área, depois precisei criar coragem para arriscar. Ter um empreendimento é muito mais do que imaginei, pensei mais no lado da culinária, porém, há muitos outros fatores envolvidos no fato de ter um negócio. Há inúmeras burocracias, trato com cliente, controle de custos, estoque, enfim, entregar algo ao cliente demanda muito trabalho. Creio que a maior decisão foi deixar o medo do incerto de lado.

4. *O que é empreendedorismo para você?*

R. É comprometimento e a busca incansável pelo aperfeiçoamento dos produtos, qualidade, atendimento. E, se tratando de Brasil, é também perseverança.

5. *O que você almejava ao se tornar empreendedora? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeita com o que conquistou?*

R. Almejo a liberdade de não trabalhar para outras pessoas. Gosto da ideia de ser responsável pelos resultados que tenho, sem depender da gestão de alguém para o reconhecimento. Neste ponto estou satisfeita, pois já tenho isso. Na questão financeira e do retorno do investimento, ainda há um longo caminho a percorrer.

6. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para mulher empreendedora?*

R. Acho que a Pandemia trouxe grandes desafios a todos os empreendedores independente do gênero. Porém, talvez, mulheres tenham um nível de exigência pessoal maior que os homens, então quando acontecimentos tão fortes atrapalham ou interrompem a caminhada do empreendimento, nossa auto cobrança muitas vezes é cruel. Não é o meu caso, mas para empreendedoras que têm filhos, certamente a Pandemia trouxe consigo um aumento da

sobrecarga já existente, gerir um negócio num momento crítico enquanto filhos estão em casa demandando atenção, deve ser um desafio absurdo.

*7. Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

R. No meu caso, optamos por não realizar mais o consumo no local, já que nossa atividade é no ramo da alimentação e é impossível que o cliente esteja de máscara enquanto consome algo. Então focamos no delivery e nas retiradas. Porém, em breve, retomaremos também o consumo em nosso ambiente, mas de forma restrita e com as devidas cautelas.

*8. Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Perseverança, pois as burocracias, impostos e o contexto econômico muitas vezes colocam em dúvida se vale a pena. Também é importante ser flexível, tanto no atendimento a diversas pessoas com diversas necessidades, quanto para se adaptar aos acontecimentos, como a Pandemia. Também é essencial proporcionar aos clientes o atendimento e a qualidade que merecem. Respeitar cada produto e cada pessoa. Criar vínculos é a única forma de fidelizar, e isso só é possível com atendimento personalizado, ouvir sugestões, atender de forma atenta e interativa.

**MARIA CAROLINA GARCIA PAZINI – AGROFERTIL – CAROL PAZINI PAISAGISMO, Atuante no setor do Agronegócio há 4 anos, com estabelecimento no município de Promissão-SP.**

*1. Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?*

R. Eu trabalhei 3 anos em grandes empresas, mas nunca me senti realizada profissionalmente. Decidi então arriscar e ter meu próprio negócio

*2. Como mulher, passou por alguma dificuldade no empreendedorismo como situações de preconceito?*

R. Sim! Dois tipos de preconceito, por ser mulher, e por ter apenas 26 anos. Como mulher duas situações principais, a primeira foi a falta de confiança no meu trabalho por parte dos clientes do sexo masculino, a segunda foi o fato de ser vista como um rostinho bonito, e não como empresária, recebendo assim cantadas de mal gosto.

*3. Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. São inúmeros aprendizados, mas vou elencar os principais.

1. Tive que aprender a nunca desistir, mesmo em situações extremas, o processo de empreender é difícil e desgastante, mas existe uma frase que aprendi a deixar na cabeceira da minha cama: "Quando estiver cansado, aprenda a descansar, não a desistir".

2. Precisei desenvolver a habilidade de falar firme, acreditar no que penso e no que falo, não ser facilmente influenciada, e cada vez mais falar não sem peso na consciência.

3. Tive que tomar a decisão de deixar algumas coisas para trás, desapegar de ter um salário fixo no mês, onde eu podia programar minhas contas, desapegar de contar com 30 dias de férias e viagens. Como empreendedora não tenho mais essa estabilidade, sou a única responsável por meu salário e pelos meus momentos de descanso, mas na maioria das vezes acabo sacrificando pelo crescimento do negócio.

*4. O que é empreendedorismo para você?*

R. Empreendedorismo no conceito da palavra seria a capacidade de criar ou ter a iniciativa para implementar mudanças ou produtos de forma positiva para a sociedade. Para mim o empreendedorismo se tornou um propósito de vida, uma forma de desenvolver algo positivo para a vida das pessoas, podendo fazer isso através do meu trabalho.

5. *O que você almejava ao se tornar empreendedora? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Almejava realização profissional e financeira. Revendo minha trajetória, mudei um pouco o foco do que almejo, prefiro viver o presente, ser feliz com o que tenho, causar impacto positivo na vida das pessoas ao meu redor, e fazer o meu melhor, assim me sinto realizada profissionalmente todos os dias, e não esperando o futuro chegar.

6. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para mulher empreendedora?*

R. A maior dificuldade é sobreviver na crise financeira que se encontra o país. Acredito que isso seja um pouco mais difícil para uma mulher devido à duas coisas. Primeira, todos brasileiros sofrem com a falta de educação financeira, porém é recente a presença da mulher em discussões no que diz respeito ao mercado financeiro. Segunda, mulheres acumulam muitas funções na vida pessoal, mãe, filha, irmã, dona de casa, amiga, esposa, namorada, que somadas as funções profissionais acaba sobrecarregando-as, o que pesa em um momento delicado (pandemia) que exige muita dedicação na empresa.

7. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

Tivemos que nos adaptar, e nos reinventar, começamos a realizar serviços de entrega, colocamos na loja alguns produtos de artesanato, jardinagem, manutenção domésticas devido ao período de isolamento a procura aumentou, fizemos um planejamento mais detalhado de compra de mercadorias, pois enfrentamos um desabastecimento generalizado de matéria prima, e melhoramos o nosso planejamento financeiro, pois economicamente temos um futuro incerto.

8. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Não consigo elencar somente um fator, pois penso em dois fatores como essenciais. Primeiro preciso de um planejamento bem organizado, assim conseguimos ter alto desempenho. Sim temos surpresas que saem do planejado, mas são poucas e conseguimos contornar. Segundo preciso de uma equipe forte, não fazemos absolutamente nada sozinhos, preciso de pessoas que estejam na mesma sintonia que eu, que vistam a camisa da empresa, que queiram crescer junto e acreditem em um futuro melhor para o negócio.

**MARIA LUCIA COSTA BRUSCHI – LU ACESSÓRIOS & PRESENTES,  
Atuante no ramo de Acessórios e Presentes há 15 anos, com estabelecimento no município de Paraguaçu Paulista-SP.**

1. *Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?*

R. A ideia foi do meu marido Denis, na época só namorávamos, fiquei desempregada e como já trabalhava nesse ramo ele falou de montar a loja.

2. *Como mulher, passou por alguma dificuldade no empreendedorismo como situações de preconceito?*

R. Preconceito não passei, mas na época falaram por ele, por montar a loja para mim, sendo que só namorávamos.

3. *Quais ações e/ou decisões precisou tomar no processo de empreender?*

R. No começo foi difícil tive que viajar, fazer compras, sendo que nem conhecia direito São Paulo, meu cunhado me acompanhou no começo, eu ficava em São Paulo, tinha medo de ir sozinha.

4. *O que é empreendedorismo para você?*

R. Estar sempre buscando inovar, mudar e não desistir.

5. *O que você almejava ao se tornar empreendedora? Ao rever sua trajetória, sente-se satisfeito com o que conquistou?*

R. Eu me sinto satisfeita sim, agradeço a Deus e adoro o que faço, mas não é fácil, já passei por muitas coisas. O segredo é não desanimar.

6. *Na sua opinião, no cenário atual (pandemia) qual o maior desafio para mulher empreendedora?*

R. O desafio está em conciliar casa, filho estudando em casa, medo de levar a doença para casa, tive que diminuir funcionários e ficar mais na loja. No começo da pandemia foi muito difícil mais graças a Deus consegui, estou conseguindo.

7. *Ainda sobre o cenário atual, quais os métodos de trabalho adotados diante das condições exigidas pelo Covid-19;*

R. No começo da pandemia foi muito difícil, tive que ficar com a loja fechada, meu ramo não dá para trabalhar com condicional, então o que ajudou bastante foi o uso de Whatsapp, Facebook , Instagram. Depois ficamos atendendo na porta sempre higienizando, álcool gel, pensei que não iria conseguir superar tudo isso, e ainda uma semana de começar a pandemia eu estava grávida de 10 semanas e perdi meu bebê, então não foi fácil tive que procurar ajuda e Deus me ajudou passar por tudo isso, porque pensei que não iria conseguir.

8. *Qual o fator mais importante para o sucesso do seu negócio?*

R. Não desistir fácil e lutar sempre.