

INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E AS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS EM EMPRESAS DE GARANHUNS-PE.

Autoria

Gustavo de Lira Santos
Administração/AESGA/FACIGA

Virginia Spinasse de Melo
Administração/AESGA/FACIGA

Samara Ferreira Pontes
Administração/AESGA/FACIGA

Carla Janaína dos Santos Rodrigues
Administração/AESGA/FACIGA

Resumo

Sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável é basicamente algo que deve ser preservado agora, para garantir o futuro das próximas gerações. Isso envolve as relações entre indivíduos e o ambiente onde vivem, sem degradá-lo, preservando e cuidando da melhor maneira. Isso é importante para que gerações futuras tenham condições plenas de habitar nesse mundo, sem que não falte a base primordial, como por exemplo, água, alimentação, energia. Nas organizações uma empresa precisa ser ecologicamente correta e viável, socialmente precisa ser justa e ter uma cultura diversa para chegar aproximadamente da excelência. A problemática ambiental é um dos maiores desafios do século XXI, uma vez que os impactos ambientais gerados pelo homem estão cada vez mais evidenciados com o passar dos anos. Com essa pesquisa queremos responder a seguinte questão: Quais as inovações que as empresas adotam para fazer uma gestão ambiental sustentável? Tendo como objetivos específicos: Relatar a importância de uma gestão ambiental para as empresas reduzirem seus custos e contribuírem com a sociedade; demonstrar a necessidade de adotar políticas de Gestão da Inovação nas organizações e valorizar as atitudes empreendedoras como fator fundamental na gestão da empresa para continuarem competitivas. Foram utilizados três tipos de pesquisas, em dois momentos, de início, foi realizado uma pesquisa bibliográfica investigando os objetivos propostos. Em seguida uma pesquisa exploratória e de campo para observações e entrevista nas empresas escolhidas. Averiguou-se que muitas organizações já tem o tema sustentabilidade como prioridade e desenvolvendo ações visando preservar o meio ambiente e diminuir seus custos.

TEMA 10 – SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

**INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E AS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS EM
EMPRESAS DE GARANHUNS-PE.**

RESUMO

Sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável é basicamente algo que deve ser preservado agora, para garantir o futuro das próximas gerações. Isso envolve as relações entre indivíduos e o ambiente onde vivem, sem degradá-lo, preservando e cuidando da melhor maneira. Isso é importante para que gerações futuras tenham condições plenas de habitar nesse mundo, sem que não falte a base primordial, como por exemplo, água, alimentação, energia. Nas organizações uma empresa precisa ser ecologicamente correta e viável, socialmente precisa ser justa e ter uma cultura diversa para chegar aproximadamente da excelência. A problemática ambiental é um dos maiores desafios do século XXI, uma vez que os impactos ambientais gerados pelo homem estão cada vez mais evidenciados com o passar dos anos. Com essa pesquisa queremos responder a seguinte questão: Quais as inovações que as empresas adotam para fazer uma gestão ambiental sustentável? Tendo como objetivos específicos: Relatar a importância de uma gestão ambiental para as empresas reduzirem seus custos e contribuírem com a sociedade; demonstrar a necessidade de adotar políticas de Gestão da Inovação nas organizações e valorizar as atitudes empreendedoras como fator fundamental na gestão da empresa para continuarem competitivas. Foram utilizados três tipos de pesquisas, em dois momentos, de início, foi realizado uma pesquisa bibliográfica investigando os objetivos propostos. Em seguida uma pesquisa exploratória e de campo para observações e entrevista nas empresas escolhidas. Averiguou-se que muitas organizações já tem o tema sustentabilidade como prioridade e desenvolvendo ações visando preservar o meio ambiente e diminuir seus custos.

PALAVRAS-CHAVES: Sustentabilidade; Inovação; Empreendedorismo.

ABSTRACT

Sustainability or sustainable development is something that must be preserved now, to secure the future of the next generations. This involves relationships between individuals and the environment in which they live, without degrading, preserving and caring in the best way. This is important for future generations to have full conditions of living in this world, without lacking the primordial base, such as water, food, energy. In organizations a company needs to be ecologically sound and viable, socially it needs to be fair and have a diverse culture to get roughly from excellence. The environmental problem is one of the greatest challenges of the 21st century, since the environmental impacts generated by man are increasingly evident over the years. With this research, we want to answer the following question: What innovations do companies adopt to make sustainable environmental management? Having specific objectives: To report the importance of environmental management for companies to reduce their costs and contribute to society; demonstrate the need to adopt Innovation Management policies in organizations and to value entrepreneurial attitudes as a fundamental factor in the management of the company in order to remain competitive.

KEYWORDS: Sustainability; Innovation; Entrepreneurship.

1. INTRODUÇÃO

Há vários questionamentos a respeito do papel das empresas na sociedade moderna, tanto em relação à retirada de matérias-primas do ambiente, quanto em relação às consequências dos modelos de produção e consumo devido à crescente demanda de produtos industrializados, como consequências de grandes cobranças providas da população e governo, há empresas que vem apresentando novas atitudes no que diz respeito as responsabilidades ambientais, incorporando uma gestão de qualidade, de modo que a empresa e o ambiente sejam uma via de mão dupla, unidos por uma causa em comum, a preservação ambiental.

Diante disso, se faz necessário uma maior atenção e interesse pela causa, além de favorecer modelos de desenvolvimento que promovam um menor impacto socioambiental. Em função disto, percebe-se que as empresas, a depender do grau de comprometimento com o ambiente, respondem às exigências ambientais em três fases: controle ambiental nas saídas, integração do controle ambiental nas práticas e processos industriais, e integração do controle ambiental na gestão administrativa.

Em meio a tanta competitividade e dificuldades econômicas no mercado de trabalho, o empreendedor precisa criar novos métodos que possam poupar tempo e dinheiro de forma que consiga atender bem seus clientes, recursos e suas demandas administrativas.

Com o processo de globalização e com a evolução dos negócios, os gestores começaram a perceber que o sucesso da empresa está relacionado a vencer os desafios sociais e abrir novos caminhos para o desenvolvimento e fortalecimento de seus produtos e/ou serviços em vários nichos de mercado. Um desses caminhos é assumir a responsabilidade ambiental como estratégia competitiva, com apoio na tecnologia da informação e conhecimentos que melhorem as práticas de gestão e as relações internas e externas na empresa, melhorando as relações, o funcionamento e gerando lucro.

Dentro desse contexto a pesquisa tem por objetivo geral: Investigar quais as inovações que as empresas adotam para fazer uma gestão ambiental sustentável e como objetivos específicos: Relatar a importância de uma gestão ambiental para as empresas reduzirem seus custos e contribuírem com a sociedade; Demonstrar a necessidade de adotar políticas de Gestão da Inovação nas organizações e valorizar as atitudes empreendedoras como fator fundamental na gestão da empresa para continuarem competitivas. Para isso foi realizado, além de pesquisa bibliográfica, uma investigação com algumas empresas da cidade de Garanhuns e suas políticas ambientais.

2 CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

O termo criatividade deriva do latim *creare*, que significa criar, inventar, fazer algo novo. Inovação vem do latim *innovare*, que significa tornar novo, mudar ou alterar as coisas, introduzindo nelas novidades, renovar (PAROLIN, 2001, *apud* AMORIM e FREDERICO, 2008). As junções de tais termos com significados similares expressam a extração de novas ideias, que são primordiais para a competitividade, a formação de riquezas e principalmente para a sociedade hodierna que vive em constante mudança.

A criatividade é inerente ao ser humano, uma habilidade inata de cada um e nunca cessará, pois sempre haverá outras ideias, outras circunstâncias e outros fatores, que irão alterar o campo de visão para imaginação, Jorge (2014) afirma que “A criatividade é infinita. Enquanto houver pessoas, haverá espaço para criatividade. Enquanto houver sociabilização, haverá espaços criativos”

Em outras palavras, a criatividade é algo próprio, que é aperfeiçoado e adequado conforme o ambiente vivenciado e suas características, desenvolvida com preparo e habilidade, sendo papel da organização, encorajar e estimular o profissional, para que ele seja impulsionado a querer ir além do que foi apontado, como corrobora Muzzio (2017),

A criatividade é considerada inerente ao indivíduo, e suas habilidades criativas, passíveis de estímulo e desenvolvimento mediante treino, cabendo às organizações desenvolver ambiente favorável à criatividade, inclusive com políticas de incentivo para ir além da valorização do profissional.

Já a inovação propõe crescimento, mudança e busca por respostas nítidas e reais num contexto diferente do atual, a inovação é definida como “o sucesso na exploração de novas idéias. A inovação é importante porque vai oferecer melhores produtos e serviços, produção nova, mais limpa e mais eficiente processos e modelos de negócios aprimorados.” (DTI, 2003).

É preciso entender que a inovação não está nas tecnologias e sim nas pessoas, que as usam e adotam novos hábitos a partir delas, são elas que formam a empresa, investir nelas é investir na empresa, aplicando a prática do aprendizado e adquirindo o conhecimento, “a mais importante das políticas de uma empresa que quer inovar é investir e apostar em seu pessoal” (SILVA, 2014). Isto é, O que irá garantir os melhores resultados, a superação da competitividade e o alcance do sucesso.

3 GESTÃO DA INOVAÇÃO NAS EMPRESAS

Considerando um cenário de caos na economia e alta competitividade de mercado, se faz necessário estratégias para garantir a permanência das organizações no mercado. Neste contexto pode-se observar que a inovação é o marco dessa estratégia, trazendo um novo modelo de produtos e serviços para atender as necessidades do seu público.

A importância dessas inovações surge após uma análise histórica da economia e dos fatores que o fizeram alavancar, neste ponto percebe-se que empresas que optaram por não inovar não conseguiram garantir seu lugar no mercado. Na concepção de Amorim (2016):

Qualquer empresa que objetive crescer e se destacar no mercado atual frente aos seus concorrentes, precisa se diferenciar. É por isso que a inovação e a sustentabilidade devem estar permanentemente inseridas nos planos da empresa, alinhadas as metas e os objetivos do negócio, bem como a sua estratégia essencial.

Sabe-se que, para implementação de um novo sistema de inovação, é necessária uma revisão do processo já existente, para que este seja aprimorado ou reformulado. Traçar um planejamento é de extrema importância para que todos os envolvidos participem e alcancem o objetivo traçado, pois uma mudança no processo, pode afetar até a cultura organizacional da mesma, por este fator é imprescindível que todos tenham sua parcela de colaboração para obter um processo eficiente e resultados eficazes.

O processo de inovação não segue apenas um modelo, inúmeros conceitos surgem na proporção que uma nova ideia é criada, Sherer (2014), apresenta alguns conceitos que foram criados neste segmento, um exemplo evidente é a inovação enxuta ou lean innovation, que prioriza o conceito de MVP ou mínimo produto viável e testagem rápida, prioritariamente, em condições reais de mercado. Deste modo prevalece a mudança no sistema de produção da empresa, desenvolvendo atitudes inovadoras, com baixo custo e de aprendizado rápido, maximizando o valor, com agilidade e garantia de qualidade.

Zen, Machado, Lopes *et al* (2017); trazem um ponto importante sobre a gestão da inovação, pontuando que a inovação produtiva é um produto ou serviço diferente, criando um novo tipo de satisfação, ao invés de simples melhoria. Esta linha de raciocínio apresenta a diferença existente entre inovar e inventar, a invenção aborda o lado criativo de criar e a inovação aplica a invenção aliada a geração de valor e utilidade.

Além do desafio de criar algo novo e que atenda às necessidades, as empresas enfrentam a competitividade, onde se destaca quem aposta em qualidade e inovação e à frente de todo este sistema encontra-se a peça chave do processo: o gestor. O gestor tem um papel crucial na resolução dos desafios da empresa, na implantação de projetos e iniciativas inovadoras, considerando as tendências e mudanças externas.

De acordo com Chibás, Pantaléon e Rocha (2013), “Inovação é um processo de alavancar a criatividade para criar valor de novas maneiras, através de novos produtos, novos serviços e novos negócios”. Concluindo que a Gestão da Inovação propõe um olhar futurista que agrega valor, administrando os recursos já existentes, para obter novos resultados com eficiência.

4 EMPREENDEDORISMO

Desde o início do século XX muitos estudiosos se deram conta de que o empreendedorismo era um elemento de transformação. O economista e sociólogo Joseph Shumpeter foi o pivô de tal “descoberta” quando definiu o empresário empreendedor como catalisador do processo de mudanças socioeconômicas, na medida em que inovava e modificava processos tecnológicos básicos da economia para um modelo de desenvolvimento. (SANTIAGO, 2009). Shumpeter (1982, p. 58-59) afirma que “os empreendedores constituem um tipo especial e o seu comportamento um problema específico, a força motriz de um grande número de fenômenos importantes”.

A “destruição criativa”, expressão de autoria de Shumpeter, tinha a intenção de demonstrar que as tecnologias inovadoras destroem produtos ao mesmo tempo e que criam outros. Segundo o estudioso, o progresso acontece através desse ato destruidor/criativo alicerçada na ação empresarial de demolir tradições, criando novas. (SANTIAGO, 2009).

O empreendedorismo é uma atividade de grande importância para qualquer país em qualquer região do mundo. Por meio dele, o crescimento social é oportunizado. As empresas buscam inovações, e transformam conhecimento em novos produtos, modificando assim o cenário econômico e melhorando a vida das pessoas, com a geração de novos empregos e de renda para a economia local.

Empreender é identificar oportunidades e enfrentar o processo de criar algo inovador e agregar valor, usando as melhores competências possíveis, afim de desenvolver novas práticas e meios favoráveis de transformá-las em um negócio lucrativo.

Para ser um empreendedor de sucesso não é somente abrir um negócio que seja fonte de geração de lucro, mas é também ter um empreendimento inovador com diferencial competitivo e atrativo que garanta a sobrevivência no mercado, como diz Dornelas (2016) “Empreender pode estar relacionado ao fazer acontecer em várias fases da vida do ser humano”, visa buscar sempre as melhores ideias como fonte de alimento para criação de algo novo, para novos métodos de produção e novas formas de organização. Na perspectiva de Knigh e Drucker *apud* Chiavenato (2002, P. 08):

O empreendedorismo se refere a assumir riscos. O comportamento do empreendedor reflete um tipo de pessoa que pretende colocar sua carreira e

segurança pessoal na linha e assumir riscos em nome de uma ideia, dependendo muito tempo e capital em um investimento futuro e incerto.

As formas de negócios vêm evoluindo e modificando e o empreendedor se depara com muitos desafios mas para a superação desses, o mesmo tem que estar preparado para as mudanças e buscar outras formas de conhecimento passa a ser imprescindível, devido ao volume de informações, que causam modificações no mercado, conforme afirmar DWECK (2006, p.6) “A opinião que você adota a respeito de si mesmo afeta profundamente a maneira pela qual você leva sua vida. Ela pode decidir se você se tornará a pessoa que deseja ser e se realizará aquilo que é importante para você.”

O empreendedorismo preocupa-se em transformar conhecimentos em novos recursos, ou seja, desenvolver habilidades criativas e inovadoras, garantindo a sobrevivência da empresa e mantendo o equilíbrio necessário para que ela se mantenha firme no mercado e se sobressaia entre as demais organizações e a concorrência, não se permitindo ficar obsoleta e buscando sempre o crescimento sustentável.

5 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O Brasil é um país com dimensões continentais, com diferenças significativas relacionadas às condições climáticas, culturais e sociais. Qualquer iniciativa que rume ao desenvolvimento, necessita observar tais pontos.

Vale ressaltar que a questão ambiental é uma preocupação cada vez mais evidente no Século XXI. O ser humano precisa buscar a sua sobrevivência e isso afeta naturalmente o ambiente em que ele vive. Enquanto houve certo equilíbrio em tal relação, os problemas não ficaram tão visíveis. Após marcos como a Revolução Industrial, a exploração capitalista, a diversificação dos meios de produção e a globalização, irrompe na sociedade a necessidade cada vez maior de atuar no controle em prol da preservação do *habitat* natural do homem (SACHS, 2009).

Recentemente, em seus estudos, Ruano (2017) tem reforçado que os padrões de consumo e de produção atuais são irracionais e estão provocando mudanças climáticas, desertificação, devastação dos recursos naturais, contaminação da água, do ar, entre outras graves consequências.

Nesse dilema – entre sobrevivência e ambiente – surge a questão da sustentabilidade que, para o principal economista mundial do eco-desenvolvimento, Ignacy Sachs (SACHS, 1993), tem cinco fases: social, econômica, cultural, ecológica e espacial.

Segundo Buarque (2002, p. 25), pode-se então conceituar o desenvolvimento: “como um processo endógeno de mudança, que leva o dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos.”

Desenvolvimento pode ser entendido, portanto, como um processo de transformação social. Segundo Marangoni (2009, p. 11), “É um projeto coletivo. Depende das injunções históricas, do ambiente interno ao país, das condições da economia mundial e de decisões na esfera política”. Assim, de um modo geral, não se faz desenvolvimento sem a participação conjunta das instituições e da população.

Meyer-Stamer (2004, p. 31) afirma, quando se refere ao Desenvolvimento Local, que “[...] é bastante provável que pessoas com um histórico de, digamos, administração de empresas, desenvolvimento urbano e de habilidades, tenham que colaborar [...]”, evidenciando a importância do curso de Administração no processo de desenvolvimento.

Para Gadotti (2008, p. 76), “a sustentabilidade é maior que o desenvolvimento sustentável.” O autor acredita que o desafio é mudar a rota em direção a uma “alterglobalização”, isto é, construir alternativas ao paradigma dominante. Na sua visão, a sustentabilidade se desdobra em dois eixos: o da natureza e o da sociedade. É necessário, portanto, educar, guiar as nossas vidas por outros valores como: simplicidade, austeridade, paz, serenidade, saber escutar, saber viver juntos, compartilhar, descobrir e fazer juntos (GADOTTI, 2008).

Nessa ótica, portanto, desenvolvimento sustentável é aquele que é capaz de aumentar a potencialidade das pessoas. A educação faz parte do processo da sustentabilidade como base para a conscientização e ação.

Nesse contexto de mudanças de paradigmas com relação ao desenvolvimento, a sustentabilidade é um elemento de base para que seja instituído um novo modelo de gestão. Portanto, a discussão volta-se, mais uma vez, aos seres humanos e à necessidade da construção de uma nova relação entre eles e o *habitat* e entre si (SANTOS, 2009).

6 GESTÃO AMBIENTAL

A partir das conquistas da humanidade, vieram significativas mudanças climáticas, ambientais, bem como sociais (DALLAS, 2009). Dessa forma, observou-se que o crescimento industrial, quanto populacional impactou e transformou o ambiente em que vivemos. A compreensão dos danos causados é cada vez mais evidenciada em pesquisas técnico-científicas (MENESES, 2014). Desse modo, as empresas são cada vez mais incentivadas a utilizarem recursos que visem minimizar os desperdícios, diminuindo custos, e aumentando assim a conservação do ambiente (DE SOUZA FERRO, 2015).

O grau de escolha de uma empresa pode determinar o nível de impacto que a mesma pode causar ao meio ambiente e este fator pode influenciar na economia e na sociedade, pois é algo que pode comprometer as gerações futuras se estas não forem feitas visando à sustentabilidade e a gestão ambiental que tem como principal objetivo a redução dos impactos causados ao meio ambiente e, além disso, deve tomar três dimensões que são para Dias (2009, p. 39) “Econômicas; têm que dar retorno aos investimentos sociais; devem dar condições melhores de trabalho e oportunidades aos deficientes e ambientais devem ser eco-eficientes, adotar uma produção limpa.” Desta maneira, ao adotar as práticas sustentáveis, as empresas não só devem levar em conta o fator monetário, apesar de este ser o objetivo organizacional, mas proporcionar aqueles que fazem parte da mesma uma consciência ecológica, empresarial e educacional.

Um exemplo de gestão ambiental é o Protocolo Verde que incentiva as organizações a praticarem ações de cuidados ambientais, pois segundo Dias (2009, p. 40) “É um documento firmado entre o governo federal através de seus ministérios e bancos oficiais brasileiros, incorporando a variável ambiental na gestão e concessão de crédito oficial e benefícios fiscais”. Desta maneira, as empresas não vão querer formas insustentáveis que podem trazer consequências para as mesmas, pois estarão seguradas agindo de uma forma que não cause danos ao ecossistema, além de servirem de modelos para outras empresas. Outro exemplo de estímulo à prática de gestão ambiental é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) que tem por objetivo observar empresas que estão de acordo com as políticas ambientais, projeto feito pela BM&Bovespa para que também no mercado de capitais aja este tipo de fomento.

Essencialmente, as empresas que adotam a política ambiental auxiliam não só no aspecto sustentável, mas também agregam a si um teor positivo em seu perfil empresarial, influenciando juntamente seus fornecedores e consumidores a adotar uma prática sustentável e consciente, não se aproveitando apenas do marketing, mas de fato assumindo uma postura que resulte significativamente em mudanças positivas em suas ações devidas ao uso correto dos recursos. Sobre esse paradigma Coral (2002, p.2) argumenta:

Diante deste panorama as empresas passam a se reestruturar para se adequarem a esta nova percepção. As pressões sociais e restrições impostas fazem com que as empresas sejam forçadas a buscar formas de reduzir seu impacto ambiental e a melhorar sua imagem frente a sua responsabilidade social. Neste sentido, muito tem sido feito para a sustentabilidade do setor produtivo.

A grande preocupação das organizações é quanto a sua imagem perante a sociedade, pois são cobradas essas ações inconscientemente, ou seja, as pequenas adequações seguindo o que é feito por outras empresas a fim de tornar-se uma empresa sustentável, afinal os clientes sabem que sofrerão as consequências da irresponsabilidade da empresa. Algumas organizações procuram sempre atender ao desejo de seus usuários, pois no final das contas o sucesso da mesma tem grande parcela de responsabilidade dos seus clientes.

Apesar do enorme desafio, que é manter a empresa adequada às normas ambientais exigidas (GAVREA et., al, 2012), os lucros gerados por meio da utilização de uma gestão ambiental eficiente beneficia a empresa, porque há uma vantagem competitiva, uma vez que os investidores usam esses parâmetros como critério de investimento, baseados no fato de que empresas ambientalmente responsáveis são aquelas que têm mais chance de serem lucrativas e de oferecerem menor risco (DE OLIVEIRA, 2014).

7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O trabalho realizado trata-se de um embasamento teórico, enquanto pesquisa bibliográfica, exploratória e pesquisa de campo, para a realização de um método investigatório que usa de questionários e entrevistas para a praticidade desses conteúdos abordados. Iniciando com a pesquisa bibliográfica, que segundo Pronadov (2013, p.54)

Pesquisa bibliográfica: quanto elaborada a partir de material já publicado constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográficos, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com toda matéria já escrito sobre o assunto da pesquisa. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar.

Assim, a pesquisa bibliográfica necessita de um estudo mais preciso, buscando veracidade nas informações. Utilizando-se da pesquisa exploratória que corrobora nesse aspecto, desenvolvendo de maneira a produzir uma visão mais ampliada quanto à situação exposta, Gil (2002, p.41) simplifica esse paradigma unindo outras ferramentas de pesquisa fazendo com que existam mais noções que tragam a possibilidade da diretriz estabelecida:

Visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de Pesquisas Bibliográficas e Estudos de Caso.

Pois esse tipo de pesquisa requer um aprofundamento dos casos estudados, na qual as informações obtidas são de pessoas que vivenciam práticas com o problema pesquisado.

Além disso, a pesquisa se encaixa no estudo de campo que de acordo com Prodanov (2013, p. 59) “É aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta” Desta forma, esse método requer coletas de dados para serem analisados, acarretando uma serie de respostas para serem colocadas em práticas.

Utiliza-se o uso da metodologia de questionários para explorar os dados da pesquisa e concretizar a viabilidade desses aspectos, garantindo sua não estejam configuradas de modo padronizado ou numérico, contudo, exprimindo o entendimento associado à empresa. Abordando a metodologia qualitativa, indo contrário a um molde já estabelecido.

A pesquisa utilizada além de ser qualitativa, dando significado ao processo e foco aos principais pontos abordados, ela também passa pelo processo de pesquisa ação onde os pesquisadores e os participantes estão envolvidos de forma colaborativa e participativa.

Foram visitadas 6 diferentes empresas, escolhidas uma de cada segmento mais representativo da cidade, em um período de 15 dias, para análise do uso da inovação nas práticas sustentáveis das organizações, um colégio particular, uma escola de idiomas, uma farmácia, um posto de combustível, uma imobiliária e uma empresa de geração de energia.

Em cada visita foi possível conhecer todas as dependências das empresas e assim fazer observações sobre o que efetivamente era realizado no dia-a-dia e depois aplicava-se uma entrevista semiestruturada com os gestores e analisar qual a política de Gestão Ambiental e inovação a empresa tenta seguir.

8. AS PRÁTICAS INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS NAS EMPRESAS.

Nas visitas e entrevistas foram possíveis fazer diversas observações acerca das práticas sustentáveis dessas organizações, como apresentamos a seguir.

A organização do Colégio tem uma proposta de inovação no modelo de gestão ambiental, e uma busca da autodenominação sustentável com adesão de práticas sustentáveis. O processo de inovação ocorre todos os anos, é remodelado e aperfeiçoado, buscando sempre a excelência, o lema do gestor é “99% não é 100%”.

Práticas sustentáveis adotadas pela instituição: Economia de papel, aparelhos secagem rápida foram instalados nos banheiros para evitar o desperdício de papeis higiênicos na secagem das mãos. Redução de consumo de água com campanhas de motivação e consciência, em poucos meses redução de quase 50% no consumo total da água consumida da organização. Investimento na reciclagem com lixeiras de coleta seletiva e um diferencial, colaboradores da parte operacional da empresa fazem coleta seletiva de latinhas, e ferros para um fim lucrativo gerando uma renda extra.

Utilização de equipamentos modernos na área de energia com uma implantação de um projeto fantástico de geração de energia limpa com painéis solares divididos por setores e que estão em fase finais de instalação, conseguindo chegar a 98% da energia utilizada na empresa, também conta com a troca de lâmpadas incandescente por lâmpadas de LEDs ajudando na economia de energia. Projetos de preservação do meio ambiente, com ajuda de todos os colaboradores da empresa e campanhas, um projeto legal que estar tornando-se uma área verde são plantações de mudas feitas por os alunos da instituição.

A escola de idiomas, tem como objetivo passar de forma educacional para seus alunos e colaboradores a preocupação com as futuras gerações utilizando em seu planejamento uma forma não agressiva ao meio ambiente e como método de organização, fez a utilização de testes práticos e ecologicamente sustentáveis, para que em seus resultados finais fossem compatíveis com o que foi planejada, desta forma a empresa alcançou a racionalidade. A empresa buscou o equilíbrio entre o âmbito financeiro e ambiental minimizando os gastos com copos descartáveis, que agredia o meio ambiente em seu descarte, pois é um material que demora muito tempo para se deteriorar na natureza e passou a doar para os alunos copos, que os mesmos utilizariam em seu cotidiano passando a ter uma diminuição dos gastos monetários e educando ecologicamente aqueles que fazem parte da instituição.

A escola consegue despertar a consciência ambiental adotando formas simples e práticas para reduzir a utilização de materiais, o objetivo é fazer o aluno e familiares entender que a educação ambiental é um método pelo qual eles começam a ter entendimento acerca das questões ambientais, onde passam a ter uma nova visão sobre o meio ambiente, sendo agentes transformadores em relação à conservação ambiental e aplicando a ética em seu cotidiano.

Na farmácia, a única preocupação com a gestão ambiental se resume ao fator descarte de medicamentos como a atividade de responsabilidade ambiental utilizada pelo estabelecimento e utiliza uma bubaona para descarte de medicamentos vencidos.

O que acaba sendo de grande ajuda para o meio ambiente pois de acordo com MORO et al. (2016) 55% dos estabelecimentos de farmacêuticos não possuem um plano de gerenciamento dos resíduos de serviços de saúde. Com isso, pode-se perceber os impactos que estes estabelecimentos causam ao meio ambiente, dado que os produtos descartados por estas empresas apresentam grande potencial de poluição, trazendo riscos relacionados não apenas aos prejuízos ambientais, mas também a saúde pública, logo um bom planejamento de gestão ambiental trará benefícios tanto para a preservação dos recursos naturais quanto para a saúde humana.

A geradora de energia promove a educação ambiental e estimula seus clientes e colaboradores para a preservação dos recursos naturais por ela utilizados e assim não comprometam as gerações futuras, contribuindo para formar indivíduos que tenham uma maior preocupação com o meio em que vivem e abordando aspectos econômicos e sociais.

Em parceria com outras empresas ela promove campanhas que incentivam a população sobre os cuidados que se devem tomar ao atear fogo próximo à rede elétrica, pois essa prática além de causar danos provoca interferência e outros riscos. Desenvolvendo várias ações para preservação de recursos naturais: como reaproveitamento de água da chuva em algumas atividades e sedes. Monitora as emissões atmosféricas de seus geradores.

A organização faz o incentivo aos seus funcionários sobre a criatividade, deixando então que eles possam ter ideias para a melhoria dos seus serviços, passando então primeiro por seus supervisores ou gestores, para que então a ideia não prejudique a imagem da empresa, e venha trazendo melhoria para os seus funcionários e que não venha trazer riscos a sua segurança.

Estabelece ações que garantam o destino correto de cada material. Os recicláveis são destinados para empresas específicas que os reutiliza de maneira adequada e legalizada. Promove ainda a logística reversa e a reciclagem dos resíduos sólidos e sua reutilização. E permite aos usuários acessarem pela internet e acompanhar, planejar e controlar o consumo de energia pela demanda contratada,

promovendo adequação de resultados, como redução de tarifa, redução de impactos ambientais, qualidade de energia entre outros.

No posto de combustível algumas atividades podem ser consideradas potencialmente poluidoras, pois o manuseio de produtos derivados de petróleo pode causar danos ao meio ambiente. Observou-se que a interação com o meio ambiente, acontece em função do grande consumo de recursos naturais, principalmente quanto ao destino desses resíduos. Entende-se que o posto de combustível possui relações diretas com o ambiente, e os impactos podem ser os maiores possíveis, como por exemplo a contaminação do ar, águas e solo. De acordo com Lorenzetti (2011, p.20):

Esses impactos relacionam-se direta e indiretamente com a redução da diversidade da fauna e da flora, podendo comprometer, da mesma forma, a saúde humana, especialmente dos colaboradores que desenvolvem as atividades no posto de abastecimento de combustível. As principais vias do contato desastroso com o meio ambiente consistem: No derrame de combustível no solo; No contato da água da chuva que cai sobre o posto com o solo, com as águas superficiais e subterrâneas; No contato da água da lavagem da pista de abastecimento e da área dos tanques com o solo, com as águas superficiais e subterrâneas; No vazamento de tanques subterrâneos de armazenamento de combustível; No desprendimento de gases dos combustíveis lançados na atmosfera; No acondicionamento inadequado dos resíduos e embalagens de lubrificantes.

O Posto e procura trabalhar com consciência e de forma responsável acerca dos recursos naturais, procurando não prejudicar o meio ambiente, auxiliando na conservação da matéria prima, para que as atividades possam continuar sem prejuízos, sendo através do monitoramento a busca por essa melhoria, pois há a identificação das possíveis agressões no meio ambiente. Apesar de seguir todas as regras e leis do setor, o posto ainda tem muito onde melhorar, precisando alguns pontos serem vistos e analisados. Neste quesito a empresa não apresenta um bom desenvolvimento para ser considerável sustentável.

E a imobiliária tem como prioridade a preocupação com a sustentabilidade e a gestão ambiental, ela se preocupa com o futuro da humanidade e com o crescimento de seus funcionários para o bom desenvolvimento da empresa. Adotando práticas sustentáveis, como uma arquitetura que aproveita a luz solar, além de energia solar, horta própria e mecanismos para economia de água. Percebe-se que a empresa está no caminho certo de busca por práticas sustentáveis, principalmente com um plano futuro de ser uma empresa 100% sustentável visto que está em seu planejamento estratégico

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões ambientais nas últimas décadas vêm ganhando um significativo espaço em estudos e debates por todo o mundo. A partir de 1980, quando se teve o surgimento de novos conceitos, com desenvolvimento sustentável, eco desenvolvimento e gerenciamento ambiental, acentuou-se a conscientização, juntamente ao aumento das relações entre a conservação ambiental e o desenvolvimento econômico. Em virtude disto, as questões ambientais se tornaram elementos importantes nas estratégias empresariais e de crescimento das mesmas, além de ser um portal para suas relações.

Com a pesquisa constata-se que é de suma importância a aplicação de métodos e teorias não só para o funcionamento, diário, da organização, mas para focar em práticas sustentáveis e implantar uma política de uma gestão ambiental, visando não só a preservação do meio ambiente como um entorno significativo da sustentabilidade e especialmente um ganho financeiro a médio ou longo prazo.

A adoção das práticas sustentáveis nas empresas faz com que elas sejam ainda mais valorizadas pelos os clientes atuais, e faz com que conquiste mais consumidores para o crescimento positivo da mesma. Atingindo assim uma Gestão Racional. A racionalidade reside na escolha dos meios (estratégias) mais apropriados para o alcance de determinados fins (objetivos), no sentido de obter os melhores resultados. Algo demonstrado com a redução dos gastos materiais e financeiro atingindo seus objetivos de maneira eficiente e eficaz”

Em uma análise geral, constata-se que as empresas pesquisadas tem uma boa política de gestão ambiental e estão preocupadas com esse tema e buscando meios criativos e inovadores de diminuir despesas e melhorar a imagem perante a sociedade, como uma empresa consciente e amiga do meio ambiente.

Para um crescimento constante e sustentável as organizações precisam seguir o ciclo da criatividade, que é composto com 03 fases: Habilidade, conhecimento e Motivação. Estes, se encontram em constante aperfeiçoamento, para atingir o modelo ideal e atual, além de promover a criatividade entre seus colaboradores e pensar em uma Gestão da Inovação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMORIM, Diego Felipe Borges de. **Por que inovar é preciso**. N&C Negócios e Carreiras. Disponível em: <http://negociosecarreiras.com.br/por-que-inovar-e-preciso/>. Acesso em: 28 março 2018.
- AMORIM, Maria Cristina Sanches; FREDERICO, Ronaldo. **Criatividade, inovação e controle nas organizações**. São Paulo: [s.n.], 2008. 75-89 p. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/viewFile/2178-4582.2008v42n1-2p75/13295>. Acesso em: 15/03/2018
- BUARQUE, Sérgio C., **Construindo o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao empreendedor**. 4ª edição. Barueri, São Paulo, Editora Manole, 2002.
- CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.
- DALLAS, Nick. **Como tornar sua empresa ecologicamente responsável: 24 lições para superar os desafios do aquecimento global**. Sextante, 2014.
- DE OLIVEIRA, Edenis Cesar; DA SILVA PEREIRA, Raquel; GASPAR, Marcos Antonio. **Análise da produção científica nacional sobre gestão ambiental no setor sucroenergético brasileiro**. Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental, v. 3, n. 1, p. 39-63, 2014.
- DE SOUZA FERRO, Lilhan et al. **A gestão ambiental empresarial**. InterSciencePlace, v. 1, n. 28, 2015. Disponível em <http://www.interscienceplace.org/isp/index.php/isp/article/view/276> Acessado em 04/04/2018.
- DIAS, R. **Gestão Ambiental, Responsabilidade social e Sustentabilidade**. 1ª. ed. São Paulo: Atlas, v. 1, 2009.
- DORNELAS, José. **Empreender é para você: descubra como!** 2016. Disponível em: <http://www.josedornelas.com.br/artigos/empreender-e-para-voce-descubra-como>. Acesso em: 27 fev. 2018.
- DTI. **Innovation report**. Competing in the global economy:the innovation challenge REPORT, UK Innovation.[S.l.: s.n.], 2003. Disponível em:

<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.dti.gov.uk/files/file12093.pdf>
Acesso em: 31/03/2018

DWECK, C. **Mindset a nova psicologia do sucesso**. Rio de Janeiro: Objetiva, v. 1, 2006

F. O. CHIBÁS ; E. M. PANTALEÓN e T. A. ROCHA. **Gestão da inovação e da criatividade hoje: apontes e reflexões** IN: Holos, ano 29, Vol.3. 2013. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/1082>. Acesso em: 29 mar 2018.

GADOTTI, Moacir. Educar para a sustentabilidade. **Inclusão Social**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 75-78, out. 2007/ mar. 2008.

GAVREA, C.; STEGEREAN R.; LLIES, L. Linking environmental dimension and business performance: a study on Romanian firms. **International Journal of Business Research**, v.12, n.3, p. 139-146, 2012. Disponível em http://ijbr-journal.org/domains/IJBR-JOURNAL/Documents/Abstracts/IJBR-12-3_Abstracts.pdf. Acessado em 22 de fevereiro de 2018.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas S/A. 2002. JORGE, Marco Antonio Garcia. **Criatividade, o que você acha disso?** Rio de Janeiro: [s.n.], 2014. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/criatividade-o-que-voce-acha-disso/62088/>. Acesso em: 31/03/2018

LORENZETT, D. B. et al. **Gestão de recursos hídricos em postos de combustíveis**. Diálogos & Ciência, v. 9, n. 26, p. 01-11. Salvador, Bahia, 2011. Disponível em:

<http://dialogos.ftc.br/index.php?option=com_content&task=view&id=273&Itemid=1>. Acesso em: 03 de maio de 2018.

MARANGONI, Gilberto. Desenvolvimento, planejamento e atores sociais: conceito e experiências. **Análises e Propostas**, n. 36, nov. 2009. Disponível em:

<<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/07112.pdf>>. Acesso em: 3 mai. 2018.

MENESES, Jeanne Priscilla Formiga de. **Gestão ambiental nas empresas**. 2014.

MEYER-STAMER, Jörg. Por que o Desenvolvimento Econômico Local é tão difícil, e o que podemos fazer para torná-lo mais eficaz? **Análises e Propostas**, n. 31, julho, 2004. Disponível em <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/05626.pdf>>

Acesso em: 3 mai. 2018.

Moro, L. D., Pandolfo, A., Maculan, L., Barbacovi, N., Moro, P. D., Gomes, A. P., Salles, M., Tagliari, L. **Implantação do PGRSS em uma drogaria e uma farmácia de manipulação no município de Marau, RS**. Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental, v. 4, n.2, p. 160 -175, 2016.

MUZZIO, Henrique. **Indivíduo, Liderança e Cultura: Evidências de uma Gestão da Criatividade**. Revista de Administração Contemporânea, v. 21, n. 1, p. 107-124, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/43681/individuo--lideranca-e-cultura--evidencias-de-uma-gestao-da-criatividade/i/pt-br> Acesso em: 02/04/2018

PRODANOV. Cleber Cristiano, FREITAS. Ernani Cezar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2º Ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RUANO, Javier Collado. O desenvolvimento sustentável na educação superior. Propostas biomiméticas e transdisciplinares. **Revista Iberoamericana de Educación**, v. 73, p. 203-224, 2017.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel & Fundap, 1993.

SANTIAGO, Eduardo Girão. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Shumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009.

SANTOS, Tacilla da Costa e Sá Siqueira. Organizações da sociedade civil e as construções teóricas contemporâneas acerca da sustentabilidade. **Cadernos Gestão Social**, v. 2, n. 1, p. 105-120, set./dez. 2009.

SCHERER, Felipe. **Inovação na prática**. Revista Exame. 2014. Disponível em: <http://exame.brasil.com.br/blog/inovacao-na-pratica/temas-emergentes-o-que-e-o-lean-inovation/>. Acesso em 27 mar 2018.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, Alessandri. **Criatividade e Inovação nas empresas**. Belém: [s.n.], 2014. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/criatividade-e-inovacao-nas-empresas/29002/>. Acesso em: 01/04/2018

ZEN, A. C.; MACHADO, B. D.; LÓPEZ, A. I. J.; BORGES, M. C.; MENEZES, D. C. **Rota da Inovação: Uma Proposta de Metodologia de Gestão da Inovação**.

Revista de Administração Contemporânea, v. 21, n. 6, p. 875-892, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/47302/rota-da-inovacao--uma-proposta-de-metodologia-de-gestao-da-inovacao-/i/pt-br>. Acesso em: 25 março 2018.