



## INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL E SEUS REFLEXOS NA DIMENSÃO SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO

Valéria Garlet<sup>1</sup>  
Suelen Geíse Telocken<sup>2</sup>  
Rodrigo Reis Favarin<sup>3</sup>  
Camila Pascotini Grellmann<sup>4</sup>  
Vania Medianeira Flores Costa<sup>5</sup>

### Resumo

Diante da necessidade de crescimento e desenvolvimento econômico dos países e regiões, percebe-se a necessidade de ideias inovadoras que possam contribuir para esse processo. Porém, nenhuma organização pode pensar em crescer e desenvolver-se sem considerar a sustentabilidade e atuar com práticas inovadoras sustentáveis. Nesse sentido, este trabalho tem o objetivo de identificar como uma empresa privada fornecedora de borracha do Rio Grande do Sul se apresenta em termos de inovação sustentável na dimensão social. Por meio da análise documental realizada no *website* da organização, verificou-se a adoção de várias práticas de inovação sustentável, principalmente no que tange à dimensão social e às áreas de educação, saúde e cultura.

**Palavras-chave:** Inovação. Sustentabilidade. Social. Empresa privada.

### SUSTAINABLE INNOVATION AND ITS REFLECTIONS ON THE SOCIAL DIMENSION: A CASE STUDY

### Abstract

Faced with the need for growth and economic development of countries and regions, it is seen the need for innovative ideas that can contribute to this process. However, none organization can think of growing and developing itself without consider the sustainability and acting with sustainable innovative practices. In this sense, this work has the objective of identifying how a rubber supplier private company from Rio Grande do Sul present itself in terms of sustainable innovation in the social dimension. Through the documentary analysis carried out on the organization's website, it was verified the adoption of several sustainable innovation practices, mainly in the social dimension and in the education, health and culture areas.

**Keywords:** Innovation. Sustainability. Social. Private company.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Maria/UFSM

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Maria/UFSM

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Maria/UFSM

<sup>4</sup> Universidade Federal de Santa Maria/UFSM

<sup>5</sup> Universidade Federal de Santa Maria/UFSM

## Resumen

Ante la necesidad de crecimiento y desarrollo económico de los países y regiones, se percibe la necesidad de ideas innovadoras que puedan contribuir a ese proceso. Sin embargo, ninguna organización puede pensar en crecer y desarrollarse sin considerar la sostenibilidad y actuar con prácticas innovadoras sostenibles. En este sentido, este trabajo tiene el objetivo de identificar cómo una empresa privada proveedora de caucho de Rio Grande do Sul se presenta en términos de innovación sostenible en la dimensión social. Por medio del análisis documental realizado en el sitio web de la organización, se verificó la adopción de varias prácticas de innovación sostenible, principalmente en lo que se refiere a la dimensión social ya las áreas de educación, salud y cultura.

**Palabras clave:** innovación. Sostenibilidad. Social. Compañía privada.

## 1 INTRODUÇÃO

Em meio ao crescimento tecnológico e científico, as inovações surgem para trazer melhorias na qualidade de vida das pessoas e para atender à necessidade de produtividade e resultados que qualquer empresa necessita. Além do mais, o ambiente corporativo e organizacional tem exigido cada vez mais preocupações constantes e responsabilidade com a sustentabilidade.

A sustentabilidade, segundo Boff (2011), representa o lado mais objetivo, ambiental, econômico e social da gestão dos bens naturais e de sua distribuição. O cuidado denota mais seu lado subjetivo: as atitudes e os valores éticos e espirituais. Sem eles, a própria sustentabilidade não acontece ou não se garante a médio e longo prazo.

Almeida (2002, p. 95) comenta que

a sustentabilidade requer uma nova ordem mundial, associada a uma profunda mudança de atitude no interior de cada nação, de cada instituição, de cada indivíduo. Isso significa também uma profunda mudança de atitude empresarial, até porque vivemos num mundo em que várias empresas são mais ricas e mais poderosas que muitos estados soberanos. (...). O capitalismo, que até agora mostrou ser o sistema econômico mais eficaz, precisará de uma gestão competente para que, em algumas décadas, entremos na era do capitalismo sustentável. Nesse processo histórico, os empresários têm um importante papel a desempenhar. Hoje, várias empresas são mais poderosas do que muitas nações. O mundo espera que cada vez mais líderes

empresariais se comportem como estadistas privados e não meros instrumentos de pilhagem do planeta e da humanidade.

Meleti et al. (2012) propõem que reformular a gestão e a cultura na busca da sustentabilidade tornou-se o grande desafio para as organizações. Isso possibilita uma interação com a sociedade em prol de um objetivo em comum que permita o desenvolvimento regional. Conforme os autores, esse desafio é “alcançar o equilíbrio entre o tripé: sustentabilidade ambiental, econômica e social, uma vez que o meio externo reflete e interage com as organizações de sistema aberto” (MELETI et al., 2012, p. 251).

Barbieri e Cajazeira (2009) expõem que, para que o desenvolvimento sustentável aconteça, deve-se “buscar alcançar seus objetivos, atendendo, simultaneamente, os seguintes critérios: equidade social, prudência ecológica e eficiência econômica” (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p. 69-70). Porém, para que a equidade social se realize, é necessário compreender a dimensão cultural da sustentabilidade, a qual, para Silva e Shimbo (2001), é a promoção da diversidade e da identidade cultural em todas as suas formas de expressão e representação, especialmente daquelas que identifiquem as raízes endógenas, propiciando, também, a conservação do patrimônio urbanístico, paisagístico e ambiental, que referenciem a história e a memória das comunidades.

Considerando a necessidade de as empresas se preocuparem com a sustentabilidade e adotarem uma postura de inovações sustentáveis, este estudo tem o objetivo de identificar, por meio da análise documental, como uma empresa privada fornecedora de borracha do Rio Grande do Sul se apresenta em termos de inovação sustentável na dimensão social.

O problema desta pesquisa trata da seguinte questão: quais os reflexos da inovação sustentável na dimensão social da empresa estudada?

O trabalho está estruturado nesta introdução, no referencial teórico sobre sustentabilidade e gestão da inovação sustentável, no método de pesquisa, na análise e discussão do caso e dos resultados e nas considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

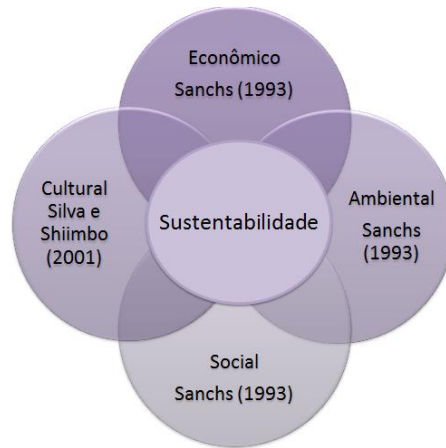
### **2.1 SUSTENTABILIDADE**

Um período de expansão tecnológica e científica amplo apresenta-se no século atual, com descobertas geniais, mas com o legado de um desequilíbrio ambiental que ameaça a continuidade da vida dos seres humanos no planeta Terra. Percebe-se que o desenvolvimento econômico-social trouxe, além de benefícios, a degradação ambiental e a seqüela de um subdesenvolvimento de várias nações. Em resposta à crise ambiental, a sociedade deve buscar o envolvimento de todos os setores que a compõe, além de iniciar uma nova relação entre o homem e o meio ambiente que o cerca. Devido à complexidade das questões ambientais, o desenvolvimento só é possível se as relações entre as dimensões sociais, políticas, ecológicas, econômicas, espaciais e culturais forem equilibradas (CALGARO, 2016).

Vive-se um período de transição, que revela a emergência na busca de novos paradigmas e novas soluções para o problema do desenvolvimento insustentável, haja vista as múltiplas dimensões da crise ambiental, decorrente do esgotamento de recursos naturais. Precisa-se buscar uma forma de educar a sociedade para os problemas sociais, para o progresso e para a busca desenfreada do poder (CALGARO, 2016), pois, para Barbosa (2008), o desenvolvimento sustentável não deve ser apresentado como um slogan. As condições ambientais já estão bastante prejudicadas pelo padrão de desenvolvimento e consumo atual; deste modo, o desenvolvimento sustentável pode ser uma resposta aos anseios da sociedade.

A sustentabilidade engloba várias dimensões, sendo elas: econômica, social e ambiental (SACHS, 1993). A partir de 2001, com Silva e Shimbo, acrescentou-se, também, a dimensão cultural à sustentabilidade. Nesse sentido, para que ocorra o desenvolvimento sustentável, é necessário que estas dimensões sejam conhecidas e colocadas em prática. A Figura 1 apresenta, de forma sucinta, as dimensões da sustentabilidade.

Figura 1 - dimensões da sustentabilidade



Fonte: adaptado pelos autores.

A dimensão ambiental, segundo Araújo (2006), compreende a proteção e a gestão dos recursos renováveis, a fim de amenizar os impactos e tentar compensá-los de alguma forma. Barbieri e Cajazeira (2009) complementam, ainda, que a dimensão ambiental evidencia as ações para evitar danos ao meio ambiente, causados pelos processos de desenvolvimento, como, por exemplo: substituição do consumo de recursos não renováveis por recursos renováveis; redução da emissão de poluentes; e preservação da biodiversidade.

Lima (2015) evidenciou que, atualmente, por meio de uma insustentável exploração de recursos naturais e humanos, a civilização floresce; entretanto, agora, corre o risco substancial, pelos efeitos da degradação, de não garantir o apoio da natureza à vida no médio e longo prazo. Os efeitos nocivos para a saúde humana por conta das mudanças no ambiente são muitos e graves: as mudanças climáticas, a acidificação dos oceanos, a degradação dos solos, a escassez de água, a sobre-exploração da pesca e a perda de biodiversidade, o acúmulo de lixo tóxico, inclusive resíduos nucleares, a redução das florestas e a poluição dos rios, e as secas mais longas em várias partes do mundo. Tudo isso representa um sério desafio para a humanidade. O autor complementa, ainda, que isso ocorre, sobretudo, pelo paradigma estabelecido no capitalismo dominante, com a cristalização de um padrão de consumo e de utilização de recursos naturais altamente predatórios, com o agravante de uma população em crescimento, a qual deve atingir os 8,3 bilhões de habitantes em 2030 (o Brasil terá 223 milhões de habitantes na mesma data).

Percebe-se que, desde 1993, já existia o conceito da dimensão ambiental (SACHS, 1993), porém, na atualidade, esse conceito é pouco praticado, pois, segundo pesquisas, quase nada é feito para diminuir as agressões ao meio ambiente. Conforme Rodrigues (2014), há pouco tempo, a produção de resíduos era de algumas dezenas de quilos por habitante por ano. Hoje, a maioria dos países mais industrializados gera mais de 600 quilos anuais per capita de lixo. Nos últimos 30 anos, o aumento do volume de lixo produzido no mundo foi três vezes maior que o populacional. Ainda, segundo Instituto Akatu (2013), se estes padrões atuais de consumo se mantiverem, antes de 2050, serão necessárias duas Terras para abastecer a população.

A dimensão econômica da sustentabilidade, para Sachs (1993), é o desenvolvimento econômico com equilíbrio, seguro e utilizando processos produtivos modernos. Daly (1996) complementa que há a necessidade de limitação escalar da economia humana, respeitando os limites de suporte natural; o avanço técnico deve ser direcionado à maximização da eficiência, e não da degradação do ambiente natural; os recursos naturais renováveis não devem ser levados à extinção pela maximização produtiva, buscando vincular as colheitas ao ritmo de regeneração e à emissão de resíduos à assimilação do ambiente; e os recursos renováveis devem ser criados para substituir no mesmo ritmo os da exploração dos não renováveis.

Maciel (2015) comenta que as empresas e as instituições já estão cientes desse fato e que, desde o começo dos anos 2000, práticas de sustentabilidade têm sido implementadas com crescente frequência por produtores de todo gênero. Sem dúvida, essa é uma consciência importante. Contudo, o que se tem visto, na maioria das vezes, são marcas que se aproveitam dessa onda somente para atrair mais compradores para os seus produtos, ou, também, marcas que expressam um discurso conflitante, como o de algumas multinacionais que estampam um selo “ECO”, enquanto continuam poluindo um rio ou destruindo uma floresta.

Também entra em cena a dimensão social da sustentabilidade, que se refere ao alcance de um patamar razoável de homogeneidade social com distribuição de renda justa, emprego pleno e/ou autônomo com qualidade de vida decente e igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais (SACHS, 2002). Refere-se, também, à distribuição de renda mais equânime, aumento da participação dos diferentes segmentos da sociedade na tomada de decisões, equidade entre sexos, grupos étnicos, sociais e religiosos, universalização do saneamento básico e do acesso à informação e aos serviços de saúde e educação, entre outros (IBGE, 2004).

Para Mendes (2009), a dimensão social pode ser entendida como a consolidação de um processo de desenvolvimento orientado por outra visão, a da boa sociedade. O objetivo é construir uma civilização do "ser", em que exista maior equidade na distribuição do "ter" (renda), de modo a melhorar, substancialmente, os direitos e as condições de amplas massas da população e a reduzir a distância entre os padrões de vida de abastados e não-abastados, resultando na diminuição do índice de Gini.

Ainda se está muito distante da igualdade social. Segundo a ONU (2016), o sexo masculino é melhor remunerado que o sexo feminino, mesmo trabalhando na mesma função. Este documento ainda complementa que, sem a igualdade de gênero, nunca será alcançado o desenvolvimento sustentável. Em outra pesquisa realizada pela ONU (2015), até 2030, deve-se fomentar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, do gênero, da deficiência, da raça, da etnia, da origem, da religião, ou da condição econômica. Além de garantir a igualdade de oportunidades e reduzir as desigualdades de resultados, inclusive por meio da eliminação de leis, políticas e práticas discriminatórias e da promoção de legislação, políticas e ações adequadas a este respeito, mais uma vez, evidenciando que, atualmente, a igualdade social e o respeito à diversidade estão longe de serem alcançados.

Froehlich (2014) complementa esta dimensão, levando em consideração os valores culturais específicos de cada sociedade, promovendo processos que busquem mudanças dentro da continuidade cultural e que traduzam o conceito normativo de eco desenvolvimento em um conjunto de soluções específicas para o ecossistema. A cultura é uma resposta do homem, como espécie, à sua necessidade de sobrevivência dentro do ecossistema, buscando sua adaptação nele. Dessa forma, tem-se uma situação em que a diversidade biológica está unida a uma diversidade cultural na busca do desenvolvimento sustentável.

O que se vê nos noticiários, entretanto, é adversidade, falta de respeito a culturas diferentes e preconceito generalizado. Segundo Talento (2016), 318 *gays* foram mortos, em 2015, somente no Brasil, e, em 2016, a cada 22 horas, um homossexual é morto.

Em uma notícia apresentada pela revista Exame (2015) está evidenciado que, diariamente, o preconceito racial acontece de diversas formas, até com crianças. Outra adversidade é o preconceito de classe social que, para Ribeiro (2016), está relacionado ao poder aquisitivo, ao acesso à renda, à posição social, ao nível de escolaridade, ao padrão de vida, entre outros. Evidencia-se, dessa maneira, que, atualmente, a promoção

da diversidade e o respeito à cultura não acontecem, deixando evidente que o desenvolvimento sustentável é, praticamente, utópico, pois depende da mudança de atitude por parte dos seres humanos.

Segundo Silva et al. (2012), considera-se que o equilíbrio sinérgico entre as dimensões da sustentabilidade, as quais expressam a dinâmica da condição real de vida dos sujeitos, encontra-se como fundamento de qualidade de vida, pois contribui para o entendimento das desigualdades do espaço urbano, possibilitando a construção de políticas, sustentavelmente, igualitárias. Todavia, como o que está escrito na teoria acontece de forma tímida, ou, muitas vezes, de maneira inversa, como no exemplo do slogan, evidencia-se que, para que a sustentabilidade realmente aconteça, ainda há um longo caminho a ser percorrido. Percebe-se que a sociedade está a passos largos de alcançar o desenvolvimento sustentável.

Maciel (2015) propõe que toda essa racionalidade, que fez a sociedade construir satélites, desenvolver formas de energia mais limpas e criar novas maneiras de empreender no mercado e na vida, também pode ajudá-la a entender que ambição e ganância têm conotações diferentes; é uma falácia acreditar que um hábito que eu escolho diz respeito apenas à fatura do meu cartão de crédito e não interfere na vida de mais ninguém. É evidente que toda essa agressão que a sociedade está cometendo com o planeta, um dia, voltar-se-á, justamente, contra quem mais depende dessa biosfera: ela mesma.

A sociedade deve deixar os conceitos de sustentabilidade comporem, ativamente, suas vidas. Para isso, é necessária a quebra de paradigmas do senso comum, em que ser diferente não é normal. Introduzir a sustentabilidade no cotidiano da sociedade é a única forma de, futuramente, garantir-se para as futuras gerações um mundo que tenha os mesmos recursos que hoje se tem.

## **2.2 GESTÃO DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL: DO CONCEITO INICIAL DA INOVAÇÃO ATÉ A SUA INTEGRAÇÃO COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

As inovações já haviam chamado a atenção de muitos estudiosos desde as épocas mais antigas, porém tem sido comum considerar a obra do economista austríaco Joseph Schumpeter, do começo do século passado, como um marco importante para o seu estudo sobre a perspectiva econômica e empresarial (BARBIERI; SIMANTO, 2007).



Schumpeter (1982) considera a inovação um processo de “desconstrução criativa”, em que velhos pressupostos são “destruídos” em detrimento de novas concepções. O seu conceito de inovação envolve as diferentes possibilidades de introdução de novidades no sistema econômico, desde a melhoria da qualidade de um certo bem até o estabelecimento de uma nova organização. Porém, apesar de manter sua origem, o seu conceito evoluiu ao longo das últimas décadas adquirindo um escopo bem mais amplo (MULLER NETO, 2005).

Assim, surgem novos paradigmas conceituais que ressaltam o termo inovação como algo novo que agregue valor social ou riqueza (CARLOMAGNO; SCHERER, 2009; TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008). Nesse sentido, inovação não deve ser vista apenas como desenvolvimento de um novo produto. Pode também estar vinculada a novos modelos de negócio, mercados e serviços, a novas formas de gestão, ao desenvolvimento de uma marca, à criação de plataformas tecnológicas e, até mesmo, à formação de canais de distribuição (CARLOMAGNO; SCHERER, 2009). Portanto, pode-se afirmar que muitas das descobertas científicas do passado e invenções diversas, algumas em uso até hoje, como o telefone ou a lâmpada, são fruto de uma inovação, enquanto novidades sem utilidade mercadológica são apenas invenções (OLIVEIRA, 2015).

No entanto, conforme Daroit e Nascimento (2004), é necessária uma maior compreensão por parte das organizações sobre o papel da inovação com relação a seus efeitos sobre a sociedade e o meio ambiente, uma vez que, segundo estes autores, a inovação é normalmente associada ao aspecto econômico, sendo tratada apenas como forma de aquisição de lucros extras pelas empresas, por meio de vantagens competitivas decorrentes da produção de novos produtos ou processos que agregam valor para o cliente.

Diante da necessidade de compreensão dos efeitos da inovação sobre a sociedade e o meio ambiente, emerge o conceito de sustentabilidade. Este conceito originou-se da conscientização crescente, durante a década de 1980, de que os países precisavam descobrir maneiras de promover o crescimento de suas economias sem destruir o meio ambiente ou sacrificar o bem-estar das futuras gerações (SAVITZ, 2007). Este autor ressalta que, desde então, o termo sustentabilidade tem se referido, no campo empresarial, às empresas que geram lucro para seus acionistas, ao mesmo tempo em que protegem o meio ambiente e melhoram a vida das pessoas com quem mantêm relações. Em concordância, Araújo e Mendonça (2009) ressaltam a necessidade do

trabalho simultâneo através de ações voltadas para as dimensões ambiental, social e econômica para que seja considerada a sustentabilidade sob o ponto de vista empresarial.

O incremento populacional mundial demandou práticas inovadoras voltadas para a sustentabilidade diante de preocupações como a urgência em descobrir fontes alternativas e renováveis e de se pensar alternativas diante das ameaças impostas pelas mudanças climáticas; da poluição ambiental e da criação de produtos e serviços “ecologicamente orientados (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Diante disto, evidencia-se o conceito de inovação sustentável, que, segundo Barbieri (2010), é a introdução (produção, assimilação ou exploração) de produtos, processos produtivos, métodos de gestão ou negócios, novos ou significativamente melhorados para a organização e que trazem benefícios econômicos, sociais e ambientais, comparados com alternativas pertinentes. Logo, observa-se que a inovação orientada para a sustentabilidade atua como uma ferramenta que permite abranger tanto as questões de sustentabilidade, como também conquistar novos segmentos de clientes e mercados, consistindo na inovação individualmente percebida por agregar valor positivo para o capital global da firma. (HANSEN; GROSSE-DUNKER; REICHWALD, 2009). Assim, as empresas devem estar atentas para os aspectos de sustentabilidade que podem proporcionar a descoberta de novos nichos de mercado, além da ampliação de mercados já atendidos (PORTER; KRAMER, 2006; SANTOS; SILVA, 2016).

Savitz (2007) salienta que o movimento da sustentabilidade está transformando o modo como os gestores se relacionam com o meio ambiente e com outras pessoas, dentro e fora da organização, e deste advirão consequências ainda mais abrangentes. Numa visão mais ampla, a gestão da inovação sustentável estimula as empresas a aprenderem novas abordagens e a abandonarem antigas práticas envolvendo novas tecnologias, novos mercados, novas condições ambientais e regulamentações (SEEBODE; JEANRENAUD; BESSANT, 2012).

A regulamentação de leis, relacionada a fatores de sustentabilidade, como por exemplo contra a poluição ambiental, tem sido importante em setores envolvendo a indústria química, o processamento de materiais, mineração e meios de transporte, em termos de produto e processos. Orientações atuais, tais como as da União Europeia em torno de dejetos e processos de reciclagem, indicam que os fabricantes estão tendo de levar cada vez mais a sério o uso a longo prazo e o descarte de seus produtos, bem como

o seu processo de fabricação e de vendas, tendo que inovar em produtos, processos e modelos administrativos (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

De acordo com Clark e Charter (2007), a inovação sustentável é um campo novo e em desenvolvimento. Ainda há relativamente poucos exemplos de produtos e serviços sustentáveis alcançando grande penetração no mercado. Exemplos de aplicação foram apresentados nas conferências de inovação sustentável como estudos de caso, mas estes têm sido principalmente por algumas empresas líderes, são-piloto ou de produtos de nicho ou representam melhorias incrementais de produtos existentes. Logo, a inovação sustentável ainda não é aplicada como uma prática corrente e raramente no nível requerido radical.

Diversos estudos têm buscado identificar práticas inovadoras sustentáveis nas organizações. Tais práticas podem ser exemplificadas por meio de modificações em produtos e serviços com o propósito de se adequarem as legislações locais, a utilização de materiais com redução do impacto ambiental e a opção de valorizar empresas locais na compra de matérias primas (SANTOS et al., 2014; ALMEIDA, 2015). O resultado de práticas com relação à colaboração da empresa para a inovação foi averiguado, nos estudos de Kuhl et al. (2016) e Macchion et al. (2016) como impactantes positivamente na performance inovadora das empresas. Santos e Silva (2016) discutiram em seu estudo como a sustentabilidade e a inovação contribuem para as organizações e também os desafios e oportunidades para as empresas que desenvolvem práticas inovadoras sustentáveis. Os autores concluíram que o atual ambiente competitivo exige que as organizações aliem a inovação a sustentabilidade para ir além das expectativas endógenas da empresa.

Outros estudos também destacam o olhar para a gestão destas práticas inovadoras orientadas para a sustentabilidade (GOMES et al., 2016; MENEZES et al., 2011; SILVA et al., 2014) e ressaltam a necessidade de ampliação do sistema produto-serviço, ou seja, de fornecer produtos e serviços capazes de suprirem as necessidades específicas dos clientes.

### **3 MÉTODO DE PESQUISA**

Em função do objetivo proposto, o tipo de pesquisa realizada foi a exploratória. Conforme Gil (2002), as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias com o intuito de formular

problemas mais precisos para estudos posteriores. A opção metodológica do estudo foi a abordagem qualitativa de natureza teórico-empírica. De acordo com Deslandes e Minayo (2010, p. 17), “a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares, pois trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”.

Assim, primeiro foi efetuada a apreciação crítica a partir da pesquisa bibliográfica (GIL, 2002) sobre sustentabilidade e gestão da inovação sustentável por meio de livros, artigos e teses. As principais bases de dados consultadas foram: Web of Science, Scopus, Scielo e Portal de Periódicos CAPES/MEC.

Posteriormente, a coleta de dados foi feita mediante pesquisa documental (MOGALAKWE, 2006) no *website* da empresa privada considerando sua comunicação com a sociedade. Um dos meios mais utilizados por empresas para expor informações sobre as suas atividades são os seus *websites*. Os *websites* corporativos podem ser considerados uma fonte importante de informação porque são canais comuns pelos quais empresas comunicam perspectivas de responsabilidade social aos seus *stakeholders* (SNIDER et al., 2003). Além disso, eles fornecem uma variedade de documentos organizacionais como relatórios, releases, políticas corporativas, que são fontes importantes na demonstração de como as empresas abordam a sustentabilidade e inovação.

Para análise dos dados do *website*, optou-se por verificar ações de inovação sustentável e sua aplicação na dimensão social. Além dessa verificação, também foi analisada a presença de relatórios de sustentabilidade no *website* da organização e quais as principais ações divulgadas por elas na gestão de suas estruturas, operações e pessoas.

Considerando que a principal fonte de dados neste estudo são documentos organizacionais, as informações adquiridas foram limitadas ao que é divulgado pela empresa no seu *website*. No entanto, não se teve o intuito de avaliar as práticas apontadas pela empresa e sim analisar as ações, relacionadas à sustentabilidade e à inovação, divulgadas pelo *website*. Portanto, ressalta-se que a limitação de dados não deve influenciar negativamente os resultados da pesquisa.

#### **4 ANÁLISE DO CASO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A empresa estudada será caracterizada por Empresa Y a fim de não a identificar. Essa é uma empresa importante do ramo de borracha que existe desde 1924 em uma cidade do Rio Grande do Sul.

A Empresa Y desenvolve uma série de projetos que visam à inovação em áreas estratégicas. Em geral, busca alternativas que ajudem a melhor equacionar os impactos da atuação da empresa, melhorando o perfil socioambiental de seu consumo e ampliando os benefícios potenciais de seus produtos e serviços para diferentes públicos.

Por meio do projeto Borracha Natural, a Empresa Y objetiva um modelo de comercialização diferenciado, engajando-se com as comunidades extrativistas do Pará e agregando conhecimentos destas práticas à organização.

A empresa visa a uma (re)construção da cadeia sustentável da borracha, com base em modelos de negócio inovadores que promovam condições sustentáveis de produção florestal e, ao mesmo tempo, que contribuam para a preservação da cultura e para o desenvolvimento das comunidades extrativistas. O projeto está sendo realizado nas Reservas Extrativistas do Xingu, Rio Iriri e Riozinho do Anfrísio, no município de Altamira, no Pará.

No projeto Educação e Saúde, a Empresa Y tem o objetivo de estabelecer uma rede de colaboração para a construção de produtos ou serviços que tenham relevância e significado para as pessoas, por serem construídos com a participação delas. Para sua execução, foram convidadas pessoas conectadas e interessadas na temática da diversidade, acessibilidade e inclusão, para criarem juntas. Este projeto surgiu pela necessidade de compreensão mais abrangente sobre o ambiente da Educação, através de um repensar sobre o papel da empresa neste campo de atuação.

A Empresa Y, ao constituir esta rede colaborativa, deseja um mundo mais inteligente e afetivo para acolher as pessoas por meio da acessibilidade e inclusão. Espera concretizar isso, por meio da criação de ações, produtos, serviços e sistemas que possam contribuir para derrubar as barreiras que dificultam o acesso daqueles que têm necessidades diferentes da maioria.

A Empresa Y também atua em projetos de parceiros como a Vaga Lume e o Programa Expedição.

A associação Vaga Lume caracteriza-se como uma organização sem fins lucrativos que há mais de dez anos desenvolve projetos de educação, cultura e meio ambiente na região da Amazônia Legal brasileira. Ao longo deste período, o projeto criou bibliotecas comunitárias, formou educadores como mediadores de leitura e

incentivou a gestão comunitária desses espaços culturais. A ONG atua também na valorização do patrimônio cultural das comunidades rurais da Amazônia por meio do registro de suas histórias e lendas passadas oralmente de geração em geração em livros artesanais.

O Programa Expedição busca promover o acesso ao livro e à leitura e, também a valorização da cultura local em comunidades rurais da Amazônia Legal Brasileira. A sua metodologia é composta por três ações interligadas: a doação de estrutura para bibliotecas (livros, estantes, livreiras e esteiras); a formação de voluntários como mediadores de leitura (capacitados para promover o livro, a leitura e a cultura local); e, ainda, o incentivo à gestão comunitária das bibliotecas (estabelecimento de regras de funcionamento, cuidados para sua manutenção, organização de assembleias para discutir temas de interesse coletivo, como educação e cidadania, entre outras atividades).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A sustentabilidade vem cada vez mais ganhando importância e urgência nas questões sociais, econômicas e ambientais. Não se pode pensar em uma empresa sem focar em práticas sustentáveis. O desenvolvimento econômico é importante. A busca por produtividade e resultados organizacionais também se faz necessária. Mas não se pode trabalhar em prol do alcance dos objetivos da empresa a qualquer custo. Como Calgaro (2016) propõe, as dimensões sociais, políticas, ecológicas, econômicas, espaciais e culturais devem estar equilibradas para que haja desenvolvimento.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho foi identificar os reflexos da inovação sustentável na dimensão social em uma empresa fornecedora de borracha do Rio Grande do Sul. A empresa analisada tem uma longa trajetória de vida, existe de 1924, isso a torna uma empresa tradicional e conhecida no ramo e com ainda mais responsabilidade social e sustentável. A empresa apresenta diversas práticas sustentáveis, principalmente no que tange à dimensão social. Vários projetos são desenvolvidos, voltados à saúde, ao meio ambiente, à diversidade, à acessibilidade, à inclusão, ao cuidado com o patrimônio cultural e atenção às comunidades da Amazônia, e principalmente à educação, com ações de leitura, valorização da cultura local, das histórias e lendas, doação de livros, estruturação e gestão comunitária de bibliotecas, valorizando a cidadania, educação e cultura local.

Como limitações a este estudo, tem-se que as informações adquiridas são àquelas fornecidas pelo *website*. Como sugestão para trabalhos futuros tem-se que poderia ser feita uma pesquisa mais aprofundada, com entrevistas e/ou questionários com funcionários da empresa e com pessoas que são alcançadas por meio dos projetos desenvolvidos para que seja verificada ainda mais a eficácia das práticas de inovação sustentável da empresa analisada.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. São Paulo: Nova Fronteira, 2002.

ARAÚJO, G. C.; MENDONÇA, P. S. M. Análise do processo de implantação das normas de sustentabilidade empresarial: um estudo de caso em uma agroindústria frigorífica de bovinos. **Revista de Administração Mackenzie**, v.10, n.2, p. 31-56, 2009.

BARBIERI, J. C.; SIMANTOB, M, A. **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARBOSA, G. S. O Desafio do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Visões** 4<sup>a</sup> Edição, Nº4, Volume 1 - Jan/Jun 2008.

BLANK, M.C. y MAUCH, PALMEIRA, E.: **Internacionalização de micro e pequenas empresas** - uma visão crítica quanto a eficiência dos incentivos do governo em Observatório de la Economía Latinoamericana, Número 71, 2006. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/>>. Acesso em 25/10/2016.

BOEHE, D. M.; E TONI, D. Modelo para Internacionalização de Empresas Baseadas em Redes. **Anais do 24o Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**, 2006.  
BOFF, L. **Sustentabilidade e cuidado: um caminho a seguir**. Disponível em: <<https://leonardoboff.wordpress.com/2011/06/16/sustentabilidade-e-cuidado-um-caminho-a-seguir/>>. Acesso em: 10/07/2016.

CAINELLI, G.; MAZZANTI, M.; MONTRESOR, S. Environmental Innovations, Local Networks and Internationalization. **Journal Industry and Innovation**, v. 19, n. 8, p. 697-734, 2012.

CALGARO, C. Desenvolvimento sustentável: Uma realidade a ser alcançada. **Revista Âmbito Jurídico**. 2016. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=534](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=534)>. Acesso em 10/07/2016.

CARLOMAGNO, M. M.; SCHERER, F. O. **Gestão da inovação na prática**: Como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. Porto Alegre: Atlas, 2009.

CHUDNOVSKY, D.; LOPEZ, A. A third wave of FDI from developing countries: Latin America TNCs in the 1990s. **Transnational Corporations**, v.9, n.2, p.31-73, 2000.

CLARK T, CHARTER, M. **Sustainable Innovation**: Key conclusions from Sustainable Innovation Conferences 2003-2006 organised by The Centre for Sustainable Design .May 2007. Disponível em: <<http://www.kingdomoftalossa.net/clark/200802C381.doc>>. Acesso em 24/10/2016.

DAL SATO *et al.* O Processo de Internacionalização da Empresa de Software Totvs Sob a ótica da abordagem comportamental. **Rege**. v. 22, n.4, p. 493- 508, 2015.

DALY, H. E. **Crescimento sustentável?** Não obrigado. San Francisco: Sierra Club Books, 1996.

DAROIT, D.; NASCIMENTO, L. F. A busca da qualidade ambiental como incentivo à produção de inovações. In: **24º Encontro Nacional da ANPAD**, Florianópolis/SC. Anais, 2000.

DESLANDES, S. F.; MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 29 ed. Petrópolis: Vozes, Rio de Janeiro, 2010.

DG. **The impact of EU regulation on innovation of European Industry**. Disponível em: <<http://ftp.jrc.es/EURdoc/eur19827en.pdf>>. Acesso em: 20/10/2016.

DUNNING, J. H. The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future. **International Journal of the Economics of Business**, v. 8, n. 2, p. 173-190, 2001.

DUNNING, J. H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-31, 1988.

EXAME. **5 casos de racismo que chocaram o Brasil**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/5-casos-de-racismo-que-chocaram-o-brasil/>>. Acesso em 10/07/2016.

FREITAS, E.; RUPOLO, M.; OLIVEIRA, B. Processo de Internacionalização de uma empresa do vale do São Francisco: influência dos agentes externos e das escolhas gerenciais. **Revista Eletrônica De Negócios Internacionais**, v.9, n. 1, p.40-60, 2014.

FROEHLICH, C. Sustentabilidade: dimensões e métodos de mensuração de resultados. Desenvolve: **Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 3, n. 2, p. 151-168, set. 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.



GOMES, C.M. et al. Gestão para a sustentabilidade e desempenho empresarial: uma análise a partir da inserção internacional em empresas do setor mineral. **Sistemas & Gestão Revista Eletrônica**, v.11, p. 101-111, 2016.

GOULART, L.; BRASIL, H.V.; ARRUDA, C.A. **A Internacionalização de empresas Brasileiras: motivações e alternativas**. In: Fundação Dom Cabral. Internacionalização de Empresas Brasileiras. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

HANSEN, E; GROSSE-DINKER, F.; REICHWALD, R. Sustainability innovation cube: a framework to evaluate sustainability-oriented innovations. **International Journal of Innovation Management**, v. 13, n.4, p. 683–713, 2009.

HRDLICKA, H. **As boas práticas de gestão ambiental e a influência no desempenho exportador: um estudo sobre as grandes empresas exportadoras brasileiras**, Tese (Doutorado em Administração), Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2009.

IBGE (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). Vocabulário Básico de Recursos Naturais e Meio Ambiente. 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

INSTITUTO AKATU – **Desenvolvimento sustentável**. 2013. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/>>. Acesso em 10/07/2016.

JOHANSON, J.; E VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v. 8, n. 1, p. 23-32, 1977.

KEMP, R; SMITH, K; BECHER, G. **How should we study the relationship between environmental regulation and innovation?** The European Commission JRC-IPTS and Enterprise DG, 2000. Disponível em: <<http://ftp.jrc.es/EURdoc/eur19827en.pdf>>. Acesso em 10/07/2016.

KUHL et al. Colaboração para inovação e desempenho sustentável: evidências da relação na indústria eletroeletrônica. **Brazilian Business Review**, v.13, n.3, p. 1-25, 2016.

LEITE, Y.; MORAES, W.; SALAZAR, V. O Processo De Internacionalização: Uma Análise Qualitativa De Duas Exportadoras Do Nordeste. RACEF – **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**. v. 6, n. 2, p. 27-46, 2015.

LIMA, M. C. A crise ambiental contemporânea. **Revista Carta Capital** – 2016. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/blogs/blog-do-grri/a-crise-ambiental-contemporanea-5192.html>>. Acesso em 10/07/2016.

MACCHION, L. et al. Improving innovation performance through environmental practices in the fashion industry: the moderating effect of internationalisation and the influence of collaboration. **Production Planning & Control**. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537287.2016.1233361?journalCode=tppc20>>. Acesso em: 26/10/2016.

MACIEL, L. Novos códigos de sustentabilidade ressignificam o mercado contemporâneo e questionam os critérios que determinam o conceito de sucesso. **Revista Ponto Eletrônico**. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/economia-sustentavel/>>. Acesso em 10/07/2016.

MELETI, M. V.; FADEL, B.; SMITH, M. Perspectiva sistêmica da sustentabilidade nas organizações sob a ótica da cultura organizacional e sua repercussão no desenvolvimento regional. 8º Congresso Brasileiro de Sistemas. **Revista Gestão & Conhecimento**. ISSN 1808-6594. Minas Gerais, 2012. Disponível em: <[http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/esp1\\_8cbs/artigos\\_8cbs\\_2012.html](http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/esp1_8cbs/artigos_8cbs_2012.html)>. Acesso em 17/10/2016.

MENDES, J. M. G. Dimensões da sustentabilidade. **Revista das Faculdades Santa Cruz**, v. 7, n. 2, julho/dezembro 2009.

MENEZES, U.G et al. Inovação Sustentável: estratégia em empresas do setor químico. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v.5, n.2, p. 96-111, 2011.

MERCUR. Disponível em: <<http://www.mercur.com.br/institucional#pontos-estrategicos>>. Acesso em 16/11/2016.

MOGALAKWE, M. The Use of Documentary Research Methods in Social Research. **African Sociological Review**, v. 10, n.1, 2006.

MULLER, H., NETO. **Inovação orientada para mercado: um estudo das relações entre orientação para mercado, inovação e performance**. 2005. 105f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

OLIVEIRA JR., M. M. et al. **Multinacionais brasileiras: Internacionalização, inovação e estratégia global**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

OLIVEIRA, F, A. **Organizações Inovadoras Sustentáveis: Um estudo de caso no setor da construção civil**. 2015. 62f. Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto - Universidade de São Paulo, 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Objetivo 10**. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/ods10/>>. Acesso em 10/07/2016.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Desigualdades de gênero marginalizam produtoras agrícolas da América Latina e Caribe, alerta FAO. 2016. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/desigualdades-de-genero-marginalizam-produtoras-agricolas-da-america-latina-e-caribe-alerta-fao/>>. Acesso em 10/07/2016.

PASQUALOTTO, C.; UGALDE, M. M. Adaptações de produto no processo de internacionalização de empresas gaúchas do setor moveleiro. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 46-65, 2010.

PEREIRA, L.; BARBOSA, F. Discussões sobre as práticas de sustentabilidade em empresas brasileiras na última década. **III Jornada de Iniciação Científica UNILUS**. 2015. Disponível em: <<http://revista.unilus.edu.br/index.php/ruep/article/viewFile/538/u2016v13n30e538>>. Acesso em 27/10/2016.

PEREIRA, L.; QUEIROZ, A.; SILVA, D. **Internationalization Strategies and the challenge of sustainability for the Brazilian Beef Industry**. POMS 2011 – Operations Management – The Enabling Link, Reno, Nevada, EUA, 2011.

PORTER, M.; KRAMER, M. R. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. **Harvard Business Review**, v. 84, p. 78-92, 2006.

REGO, B. F. S. **O processo de internacionalização de empresas brasileiras: os principais movimentos internacionais do setor da construção civil**. Dissertação (Mestrado do Programa de Pós-graduação em Administração), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

RIBEIRO, H. Produção acadêmica do tema internacionalização divulgada nos periódicos nacionais: Um estudo bibliométrico. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**. v. 11, n. 1, p. 1-20, 2016.

RIBEIRO, Paulo Silvino. "**Preconceito de classe social**"; Brasil Escola. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/sociologia/preconceito-classe-social.htm>>. Acesso em 22/07/2016.

RODRIGUES, A. Aumento da produção de lixo tem custo ambiental. **Revista resíduos sólidos**. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/residuos-solidos/mundo-rumo-a-4-bilhoes-de-toneladas-por-ano>>. Acesso em 10/07/2016.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

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

SANTOS et al. Gestão Da Inovação Sustentável: Um Estudo De Caso Em Uma Empresa De Fertilizantes Biológicos. **Revista Gestão E Desenvolvimento Em Contexto**- Gedecon Edição Especial – IV Fórum De Sustentabilidade, v. 2, n.2, p. 133-148, 2014.

SANTOS, A.; SILVA, G. Organizações inovadoras sustentáveis: insights em prol de maior competitividade. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**. v.3, n.3, p. 13-26, 2016.

SANTOS, C. A. **Pequenos Negócios e Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. In: Pequenos Negócios, Desafios e Perspectivas: Inovação. SANTOS, C. A. (Org.) vol. 2. Brasília: SEBRAE: 2012.

- SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SHIMABOKURO, M.; ESTENDER, A.; GALVÃO, M. Gestão de negócios e a Internacionalização de Empresas. **XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2014.
- SILVA, A. S.; SOUZA, J. G.; LEA, A. C. **A Sustentabilidade e suas dimensões como fundamento da qualidade de vida**. Departamento de Geografia da FCT/UNESP, Presidente Prudente, n. 12, v.1, janeiro a junho de 2012.
- SILVA, R.; MORAES, W. Processo de Internacionalização: O Caso da Empresa Rota do Mar. **XXXIX Encontro da Anpad**. Belo Horizonte, 2015.
- SILVA, S. R. M.; SHIMBO, I. Proposição básica para princípios de sustentabilidade. In: **Encontro Nacional e Encontro Latino Americano sobre Edificações e Comunidades Sustentáveis**, 2, 2001, Canela, RS. Anais. Porto Alegre: NORIE/UFRGS, 2001. p. 73-79.
- SNIDER, J. et al. Corporate social responsibility in the 21st century: a view from the world's most successful firms. **Journal of Business Ethics**, Dordebrecht, v. 48, n. 2, p. 175-87, mar./apr., 2003.
- SPOHR, N.; SILVEIRA, F. Estratégia internacional de uma multinacional emergente brasileira: o caso JBS. **Rev. Adm. Empres**, v.52, n.3, p.300-312, 2012.
- STAL, E. Internacionalização de empresas brasileiras e o papel da inovação na construção de vantagens competitivas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 7, n. 3, p. 120-149, 2010.
- TALENTO, B. 318 homossexuais foram mortos no Brasil em 2015. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/brasil/noticias/1742381-318-homossexuais-foram-mortos-no-brasil-em-2015>>. Acesso em 10/07/2016.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT K. **Gestão da inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- ZOGBI, E. **Competitividade através da gestão da inovação**. São Paulo: Atlas, 2008.