**OS DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL NA AÇÃO EMPREENDEDORA E SUSTENTABILIDADE: relatos sobre a criação da ECOLPAR**

**Introdução**

Sabe-se que a comunicação empresarial serve como ferramenta estratégica muito utilizada numa empresa, o objetivo maior é dar uma alavancada na imagem da empresa bem como melhorar os resultados que serão obtidos dentro da organização. Já o empreendedorismo e a inovação estão ligados a todas as empresas criadas, pois não ficam no conceito teórico, mais passam para a prática dentro das organizações (GOMES, 2005). Esses dois temas são abordados na psicologia e sociologia, e são usados em vários ambientes, principalmente na internet onde quase toda a população tem acesso, e é uma ferramenta usada para aprendizado, diversão, negócios, socialização e informação (NASCIMENTO, 2010). Os Empreendedores são aquelas pessoas que está disposta a oferecer algo novo no mercado, seja: um produto, uma ferramenta que a sociedade não está acostumada a encontrar, no entanto o processo muitas vezes leva-se ao fracasso, mas a experiência adquirida é fundamental e até mais importante do que o sucesso inicial (BESSANT; TIDD, 2009).

Como diz Dolabela (2003) explica que o espírito empreendedor é um potencial que cada ser humano pode ter, mas que algumas condições indispensáveis vão diferenciar um dos demais, mostrando o verdadeiro empreendedor que a sociedade necessita.

A ideia da ECOLPAR (empresa fictícia) surgiu na disciplina do Primeiro Semestre Comunicação Empresarial do curso de Administração da UFMS – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul campus de Paranaíba/MS. O professor utiliza a Metodologia Ativa para explicar suas aulas, fazendo que os alunos permutem de agente passivo para o agente ativo, o conteúdo teórico é entrelaçado com a prática, então o processo ensino aprendizagem vai além da sala de aula, com buscas e pesquisas, a construção das empresas (fictícias) dar-se-ão na busca de mercado, para o processo de construção, são feitas perguntas para a sociedade, o resultado encontrado através de números observou de forma geral que as respostas estavam relacionadas a reciclagem de materiais secos que são: plástico, papel, alumínio, vidro e etc. Como observa-se que o assunto sobre reciclagem entra em várias questões globais como Ecologia, Sustentabilidade, Gestão Ambiental e Cultural. Para Portilho (2005) ‘define que a reciclagem é uma questão sendo como a mais difícil de ser implantada e mudada, pois tem no jogo questões ambientais e geralmente são comumente ignoradas pela sociedade’, após o levantamento dos questionários, os conteúdos que são ministrados em sala, serão transformados em prática com várias ideias que surgiram de empresas fictícias e uma delas é a ECOLPAR, que na apresentação final mostrou resultados ótimos no tocante à comunicação e no empreendedorismo. A comunicação e o olhar de empreender que envolvem as empresas fictícias do primeiro semestre de Administração serão observadas e avaliadas na culminância da disciplina com a apresentação de uma Feira Cultural com o nome escolhido pela turma de FAITEC – Feira Acadêmica de Inovação e Tecnologia, no ano de 2019/01. Na disciplina citada acima grande são os desafios a serem alcançados, pois, as divergências são normais em ambientes no qual a ação empreendedora se faz presente vindo de encontro com ideias e opiniões diferentes de um indivíduo para o outro, fazendo com que o gerenciamento do grupo se torne um desafio (FERREIRA; MALHEIROS, 2016). A preocupação com as inovações sustentáveis tem-se elevado nesses últimos anos, devido a um olhar que as sociedades estão tendo na área sustentável para um mundo empreendedor. A cada dia as práticas sustentáveis nas empresas têm levado muitas críticas por parte destes indivíduos e empreendimentos nesta área tem sido de grande interesse por muitos empreendedores (PORTILHO, 2005; ARGENTI, 2014). Com tudo, a elevação de atividades empreendedoras no mercado e nas universidades é de grande importância, uma vez que jovens acadêmicos estão dispostos a elaborar projetos e práticas que se encaixam na necessidade do mercado (LOPES, 2010; MOURA, 2019). As dificuldades a serem encontradas são inevitáveis, principalmente no processo de conscientização em longo prazo que já se encontram déficits há algum tempo, cabendo então às mudanças de posturas acontecerem de maneira gradativa e devagar, para num futuro próximo essas ações sejam outras (GOMES, 2005).

**Procedimentos Metodológicos**

A metodologia de pesquisa utilizada foi à qualitativa descritiva, que teve como objetivo analisar os objetos estudados na disciplina de comunicação empresarial, para alavancar a criação de uma empresa denominada ECOLPAR através da Metodologia Ativa. De Acordo com Sampieri (2006) esse método procura descrever conceitos, fenômenos, relações e comportamentos tanto físico como social. Em uma situação nas quais os alunos se unem para criar algo novo e empreendedor. As análises são feitas de forma diferente, os alunos passam de agentes passivos para agentes ativos, ou seja, ao invés de trazer resultados prontos eles vão à busca do resultado e colocar em prática tudo que foi ensinado em sala, numa prática empreendedora, assim, tenta demonstrar ao máximo o que se aconteceu e aprenderam (SAMPIERI 2006). Este estudo pretende descrever e medir informações que foram feitas em conjunto, na qual os resultados são descritos de forma informal, passando e relatando os conceitos envolvidos (SAMPIERI 2006). Para Gil (2010) defini a metodologia de pesquisa como a forma de se entender os processos realizados em um trabalho, sejam científicos ou em conjunto, onde são usadas técnicas específicas para sua elaboração. A metodologia de pesquisa sobre negócios pode ser desenvolvida em vários segmentos, entretanto a análise descritiva mostra os processos feitos e estudados, se tratando de um relato, onde as etapas são o objeto principal a ser mostrado na pesquisa (GIGLIO; HERNANDES, 2012).

**Resultados e Discussão**

Foram analisadas e discutidas, as práticas vivenciadas em um dado período de estudo, com atividades ativas, propostas e experiências que proporcionaram um conhecimento sobre o empreendedorismo e a comunicação empresarial em todas as suas esferas.

A ação estudada na disciplina de Comunicação Empresarial levam os acadêmicos do curso de Administração a vivenciarem os processos que encontraram dentro das organizações em um futuro próximo, a pesquisa foi feita de forma informal, levantando dados sobre experiências de uma empresa que foi construída dentro da disciplina, essa denominada Ecolpar.

Sampieri (2006), os conceitos apresentados e praticados no dia a dia, levou não só alunos, mas também a universidade e a sociedade a verem as práticas empreendedoras que são ensinadas no ensino superior. O processo de ensino e aprendizagem mostrou que para conseguir administrar uma empresa, seja ela fictícia ou não requer grande conhecimento sobre a organização e comunicação, os desafios enfrentados, mostraram que as etapas construtivas tornam o desafio ainda maior, passando por processos difíceis para a melhor construção e o resultado final que são os lucros e crescimento de mercado. A ECOLPAR realizou a comunicação empresarial, ensinada através da metodologia ativa e teve as ações como fator principal para um crescimento maior por parte dos participantes do projeto, com isso, os conflitos foram inevitáveis, mostrando reais acontecimentos que podem acontecer dentro de uma empresa.

**Conclusão:**

Os desafios que a ação empreendedora e o empreendedorismo em si trazem para as pessoas e grupos específicos mostram que a construção e estruturação de um negócio ou a construção de uma ideia não são fáceis, mas com determinação, comprometimento e responsabilidade tudo tende a ser feito, planejado e elaborado da melhor forma, é necessário que a comunicação estratégica dentro de uma organização seja eficaz, acabando de vez com ruídos que possam prejudicar o andamento da empresa. Os agentes de mudanças estão a cada dia buscando soluções para problemas reais que muitas vezes não é vistos ou percebidos por parte dos demais indivíduos, pois a coragem que estes têm em validar um negócio é maior do que quaisquer barreiras, então os benefícios que terão em troca é o notório e o lucro é certeiro.

Além disso, foi constatada neste estudo a criação de uma ideia voltada ao empreendedorismo, sustentabilidade e meio ambiente, mostrando as etapas do processo construtivo até o resultado final em que se encontra atualmente, as sequências da elaboração só evidenciam as dificuldades apresentadas e os desafios encontrados que o empreendedorismo nos mostra, a cada dia seu papel é importante na educação de profissionais e prepara-los para o mercado de trabalho.

**Referencias Bibliográficas**

ARGENTI, P. A. **Comunicação Empresarial** – 6 Ed.- Rio de Janeiro: Elsevier 2014,

BESSANT, J.; TIDD, J**.** **Inovação Empreendedorismo** – Porto Alegre: Bookman, 2009. P 512.

DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora.** São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

Ferreira Itala Patricia, Malheiros Gustavo**. Comunicação Empresarial:** planejamento, aplicação e resultados – São Paulo: Atlas 2016 p 240.

MOURA, S. L. F. **Universidade empreendedora** – um método de avaliação e planejamento aplicado no Brasil. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, v. 19, n. 1, p. 159-184, jan./mar. 2019.

GIGLIO, E. M. HERNANDES, J. L. G. **Discussões sobre a Metodologia de Pesquisa sobre Redes de Negócios Presentes numa Amostra de Produção Cientifica Brasileira e Proposta de um Modelo Orientador**. RBGN, **Revista Brasileira de Gestão de Negócios.** São Paulo. v. 14. n. 48. P. 78 – 101. Jan-mar. 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: **Editora Atlas.** 2010.

### GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. Revista Eletrônica de Administração (REA). [V. 4, n. 2 (2005)](http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/issue/view/36).

### LOPES A. M. R. Educação Empreendedora: conceitos, modelos e práticas – (org). – Rio de Janeiro; Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

### NASCIMENTO, I. R. Recolhimento de Embalagens pela indústria, através de um programa de educação ambiental: estudo de caso; VI congresso nacional de excelência em gestão – Energia, Inovação, Tecnologia e Complexidade para a Gestão Sustentável Niterói, RJ, agosto de 2010.

### PORTILHO, M. de F. F. Sustentabilidade Ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2005.

### SAMPIERI, R. H; COLLADO, C. H.; LUCIO, P. B. Metodologia de Pesquisa. AMGH Editora Ltda. 2006.

**Palavras – Chaves:** Comunicação, Empreendedorismo, Inovação.