

**A INOVAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE:
UM ESTUDO EXPLORATÓRIO EM UMA EMPRESA INCUBADA PELO PIEBT NA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ**

*INNOVATION AS STRATEGY FOR SUSTAINABILITY:
AN EXPLORATORY STUDY IN AN INCUBATED COMPANY BY PIEBT IN THE PARÁ FEDERAL
UNIVERSITY*

Juciana Nunes CARDOSO

UFPA/CASTANHAL/PARÁ / UNAMA - Brasil
jucianacardoso@hotmail.com

Hubert DROUVOT

UNAMA - Brasil
hubertdrouvot@yahoo.fr

Cláudia Magalhães DROUVOT

UNAMA - Brasil
claudia.drouvot@netcourrier.com

Recebido em 07/2012 – Aprovado em 12/2012

Resumo

O presente artigo tem como objetivo apontar os fatores chaves de sucesso de uma estratégia de inovação sustentável, através de seu contexto ambiental, organizacional, valorização dos produtos e do desenvolvimento local. Para tanto foi realizado um estudo de caso de uma empresa implicada no Programa de Incubação de Empresa de Base Tecnológica (PIEBT) localizada em Belém no Estado do Pará. A abordagem metodológica utilizada na pesquisa foi um estudo exploratório com a realização de entrevistas semiestruturadas com a coordenadora da incubadora e com os empreendedores da empresa. No caso da empresa investigada, os resultados indicam que a questão de desenvolvimento sustentável é totalmente incluída dentro da proposta de valor da organização.

Palavras-Chave: Incubadora de Base Tecnológica – Inovação - Sustentabilidade Socioambiental

Abstract

This article aims to point out the key factors of success of a strategy of sustainable innovation through its environmental context, organizational context, product recovery and local development. For this purpose we performed a case study of a company involved in the Program Incubation Technology Based Company (PIEBT) located in Belém at the State of Pará. The methodological approach used in the study was an exploratory study with semi structured interviews with coordinator of the incubator and the business entrepreneurs. In case the company investigated, the results indicate that the issue of sustainable development is fully included within the value proposition of the organization.

Keywords: *Incubator Technology Based – Innovation - Social and Environmental Sustainability*

INTRODUÇÃO

O desempenho da rede de pequenos negócios de base tecnológica de um país é determinante para o seu desenvolvimento econômico e tecnológico. As incubadoras de empresas são instrumentos de apoio aos negócios emergentes, isto é, em suas fases menos adiantadas de maturidade. Como o próprio nome sugere, este instrumento serve de berçário para microempresas de base tecnológica ou de setores tradicionais da economia, fornecendo espaço físico subsidiado, infraestrutura técnica e operacional bem como, serviços especializados.

Tais subsídios ocorrem por um determinado período de tempo, sendo este geralmente em dois anos, além de constituírem um importante canal para transferência de tecnologias e criação de novas empresas em setores como a biotecnologia, que possui amplas possibilidades para o desenvolvimento da Amazônia.

Na Região Amazônica, a ideia de incubação de empresas se torna interessante, primeiramente,

por esta ser uma região bastante carente em relação ao setor industrial além de que, não menos importante, as ações de pesquisa e de transferência de tecnologias devem ser feitas para o aproveitamento de matérias primas advindas de recursos naturais.

Diante desse cenário, estas incubadoras de empresas de base tecnológica são um importante catalisador de desenvolvimento para o Estado do Pará, tornando-se relevantes na aproximação da indústria com as instituições de pesquisa por meio do conhecimento científico e tecnológico.

Sabe-se que este conhecimento é o motor do desenvolvimento da economia e o mesmo é transferido às empresas incubadas, visando o alinhamento de estratégias que garantam a sobrevivência e competitividade no mercado com foco nas dimensões da sustentabilidade.

Para tanto, este artigo visa identificar os fatores chaves de sucesso de uma estratégia de inovação sustentável de uma empresa que realiza processos de separação dos compostos bioativos de frutas como o açaí; ingá e murucí, ricos em antioxidantes, sendo que esta organização é uma das incubadas pelo Programa de Incubação de Empresas de Base Tecnológica - PIEBT da Universidade Federal do Pará – UFPA.

REFERENCIAL TEÓRICO

O Conceito de Sustentabilidade

O crescimento econômico e o crescimento populacional, segundo Bidone, Castilhos e Azevedo (2004) têm provocado pressões severas e degradações nos sistemas ambientais por conta da exploração e do consumo excessivo dos recursos.

Entre os reflexos que podem ser percebidos na natureza encontram-se diversos tipos de

poluição; desmatamento em florestas; mudanças climáticas regionais e globais, entre outros.

Neste contexto surgiu o conceito de sustentabilidade com a necessidade de desenvolver atividades visando o longo prazo, abastecendo o presente e preservando a sobrevivência futura da atividade, ou seja, propondo a adequação de todos os setores, em especial no meio ambiente, pois é deste que são extraídos os recursos essenciais à sobrevivência humana e que precisam ser sustentáveis para atender às necessidades básicas das gerações seguintes, como destaca Philippi (2001).

Dentro dessa perspectiva, o conceito de sustentabilidade voltado à gestão com o conceito de “Responsabilidade Social das Empresas” ou RSE, seria pertinente citar que, segundo Savitz (2007), a gestão do negócio pode promover o crescimento e gerar lucro à organização, reconhecendo e facilitando a realização das aspirações econômicas e não econômicas das pessoas com quem a mesma tem enlaces.

Este novo paradigma requer uma nova forma de pensar dentro de uma visão sistêmica que possa envolver as variáveis econômicas, sociais e ambientais de forma equilibrada com todas as demais dimensões do desenvolvimento sustentado como educação; cultura e política.

Dessa forma, percebe-se a relevância da empresa de não se desenvolver somente economicamente atingindo as dimensões social e ambiental, mas utilizando também da inovação como estratégia da sustentabilidade organizacional.

Organização Inovadora

Para Barbieri e Simantob (2007), a organização inovadora é a que introduz novidades de qualquer tipo em bases sistemáticas e colhe os resultados esperados. A expressão “bases sistemáticas” significa a realização de inovações com autonomia, intencionalidade e pró-atividade.

A inovação é um elemento essencial do *modus operandi* dessa organização o que pressupõe que ela desenvolva continuamente recursos tangíveis e intangíveis para inovar permanentemente.

Dentro deste comportamento inovador, a organização sustentável é a que simultaneamente procura ser eficiente em termos econômicos, respeita a capacidade de suporte do meio ambiente e serve como instrumento de justiça social, promovendo a inclusão social, a proteção às minorias e grupos vulneráveis, o equilíbrio entre os gêneros.

‘Uma organização inovadora sustentável não é a que introduz novidades de qualquer tipo, mas novidades que atendam às múltiplas dimensões da sustentabilidade em bases sistemáticas e colham resultados positivos para ela, para a sociedade e o meio ambiente’. (BARBIERI, 2007).

Inovação como Estratégia de Sustentabilidade

Segundo Ferraz (1995), o processo de inovação vem sendo um dos indicadores mais utilizados para avaliar a competitividade, uma vez que seus resultados se encontram vinculados à capacidade de acompanhar as mudanças e o desenvolvimento do mercado, bem como a criação e ocupação de novos mercados – processo cada vez mais dinâmico.

Assim sendo, para atender ao rápido processo de inovação tecnológica, há a necessidade de desenvolvimento contínuo de pesquisas e análises de mercado. Um ambiente propício para tal procedimento é a universidade, que deve buscar atuar em consonância com o setor produtivo, visando o desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Nesta pesquisa fez-se necessário de integrar o contexto institucional e organizacional de empresa estudada com o papel da incubadora de

base tecnológica da UFFA, como veículo de suporte e incentivo para tais ações.

Para Porter & Kramer (2009) há quatro motivações que impulsionam as empresas a incorporar a questão do desenvolvimento sustentável à estratégia de negócios:

- **Obrigação moral:** pela qual a obtenção do sucesso comercial deve honrar valores éticos, garantindo respeito às pessoas, comunidades e meio ambiente.
- **Sustentabilidade:** segundo a definição do relatório Brundtland, as necessidades do presente devem ser atendidas sem comprometer a capacidade das gerações futuras em atenderem a suas necessidades.
- **Licença para operar:** toda empresa necessita de permissões tácitas ou explícitas de governos, comunidades e de diversos stakeholders para desenvolver seus negócios.
- **Reputação:** a melhoria da imagem da companhia, o fortalecimento da marca, o moral dos funcionários e até o aumento do valor das ações são fatores que tornam a reputação de uma empresa positiva.

“É na responsabilidade social do valor compartilhado que se cria o valor tanto para a sociedade quanto para os negócios”, segundo Porter & Kramer (2009).

Consequentemente, a questão de desenvolvimento sustentável é incluída dentro da proposta de valor das empresas.

Com isso, ser sustentável deixa de ser uma obrigação moral ou legal ou um custo inerente aos negócios para se tornar uma oportunidade, abrindo caminho para a diminuição de custos e

riscos, ou até mesmo elevando seus rendimentos e sua participação de mercado por meio da inovação.

Para as MPE's um dos principais desafios a serem superados tem sido a de se tornarem mais flexíveis e adaptáveis às características do ambiente na qual elas estão inseridas e se posicionar de maneira estratégica.

Este contexto de mudanças tem como implicação direta à necessidade das organizações estarem buscando permanentemente a adaptação e a flexibilização para se adequarem a novas contingências, obrigando as organizações a buscarem os mecanismos mais adequados para a definição de estratégias empresariais assim como o estabelecimento de processos de trabalho e de gestão mais eficientes e eficazes.

Entende-se, no entanto que no caso das MPE's, esta situação fica mais grave em função das suas próprias peculiaridades, relacionadas à centralização, formalização, a complexidade da estrutura administrativa, a qualidade dos recursos humanos e as condições ou capacidade de investimento.

Surge então a necessidade deste segmento empresarial conhecer e aplicar adequadamente o processo de inovação como estratégia de sustentabilidade, a qual pode ser considerada uma ação determinante para a geração de melhorias nas suas operações e contribuindo efetivamente para o alcance dos objetivos que possam estar sendo estabelecidos na estratégia adotada.

De acordo com Leone (2004), para que a inovação aconteça de fato, existem algumas condições direcionadas as micro e pequenas empresas, das quais o estudo está direcionado, e que devem ser estudadas a partir de suas especificidades, reunidas em três grupos, a saber:

- Especificidades Organizacionais: pouco recurso financeiro; pouco controle do ambiente externo; fraca especialização; nível de maturidade organizacional muito baixo; planejamento informal; atitude passiva; reativa em relação ao ambiente.

- Especificidades Decisionais: tomada de decisões intuitiva, baseada na experiência do proprietário-dirigente; decisão centralizada; horizonte temporal curto; inexistência de dados quantitativos na tomada de decisões.

- Especificidades Individuais: onipresença do proprietário-dirigente; pouca diferença em pessoa jurídica e pessoa física; perfil do dirigente é pouco voltado para o de administrador-gestor.

Incubadoras de Empresas

As incubadoras de empresas têm por objetivo servir de suporte estrutural para pequenas e micros empresas de base tecnológica, que buscam a diversificação e a revitalização econômicas, agregando valor ao produto, ou seja, através de uma interação com os centros de ensino e pesquisa, por meio de informação e conhecimento tecnológico, visando melhorar a eficácia produtiva da região para uma inserção mais competitiva no mercado.

Segundo a ANPROTEC (2010), a incubadora de empresas é um mecanismo de aceleração do desenvolvimento de empreendimentos (incubados; associados e graduados), mediante um regime de negócios, serviços e suporte técnico compartilhado, além de orientação prática e profissional, que para se constituir e cumprir com suas finalidades precisa ser mantido por entidades governamentais; universidades; grupos comunitários; etc.

O tipo de suporte previsto pela incubadora pode não se restringir aos benefícios tradicionais, nomeadamente sob a forma de disponibilização de ativos tangíveis, mas estendendo-se ao

provimento de serviços de valor agregado, ou seja, a ligação às redes relacionais mais amplas e de orientação aos empreendedores.

As Incubadoras de Base Tecnológica- IBTs, além do apoio usual das incubadoras tradicionais, também oferecem acesso ao aconselhamento técnico, pois possuem ligações próximas aos centros de pesquisa e universidades.

Segundo Dornelas (2002), baseado na definição do Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT), as IBTs abrigam Empresas de Base Tecnológica (EBT). As EBTs são as que geram produtos, processos ou serviços a partir de resultados de pesquisas aplicadas, e nos quais a tecnologia representa o seu alto valor agregado.

As EBTs incubadas, desse modo, estão diretamente relacionadas com a P&D em áreas como informática; eletroeletrônica; microeletrônica; novos materiais; comunicações; mecânica de precisão; química fina; biotecnologia; instrumentação; farmácia; entre outras (BARBOZA, 2000). As incubadoras de base tecnológica, segundo a ANPROTEC (2010), representam a maioria das incubadoras existentes no Brasil (cerca de 40% do total).

Para Etzkowitz (2002), uma das grandes problemáticas refere-se à questão gerencial, pois os jovens empresários encontram profundas diferenças entre o ambiente científico e o ambiente empresarial, faltando-lhes na maioria dos casos, as competências gerenciais. Outro importante desafio no processo empreendedor de incubadoras é a busca de capital, isto é, o financiamento do projeto do empreendimento a partir de capitais de risco que é uma modalidade comum no setor de alta tecnologia.

Empreendedorismo

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor; dedicando tempo e os esforços necessários; assumido os riscos financeiros,

psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal". (HISRICH, 2004).

De acordo com Souza (2005), o empreendedorismo é um conceito dinâmico e o empreendedor se destaca ou surge quando novas situações aparecem, novas decisões são tomadas, novos rumos são escolhidos. De fato, o empreendedor está envolvido nesse ambiente de mudanças, encontrando nova forma de agir, desenvolver e identificar novos conhecimentos e oportunidades.

Conforme Fillion (1991 *apud* DOLABELA, 1999), um dos mais significativos autores citados no país sobre o tema, "o empreendedorismo é um fenômeno cultural", ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem. Quanto mais alto for o nível cultural, maior é a chance para o sucesso.

Schindwein (2004) diz que o momento atual pode ser considerado como a Era do Empreendedorismo, uma vez que os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando outras relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. No entanto,

nas atividades de base tecnológica, as estratégias dos empreendedores devem incluir a dimensão internacional.

Empreendedorismo Internacional

Para corroborar com esse estudo, utilizaram-se de pesquisa sobre internacionalização das MPE's feito por Baêta *et al.* (2001), onde, segundo os autores, o empreendedorismo tem sido um tema bastante recorrente, quando associado a uma análise de incubadora de empresas.

Esses mesmos autores, os estudos sobre internacionalização das pequenas e médias empresas enfatizam que a opção de internacionalizar dá-se normalmente em uma etapa posterior ao processo de criação, ou seja, a empresa não nasce com a ambição de exportar.

No entanto, Oviatt e McDougall (1995 *apud* BAÊTA *et al.*, 2001) defendem um ponto de vista diferente. Segundo os mesmos, algumas empresas já nascem com a ambição de ser global, pois a empresa objetiva atender ao mercado externo, mantendo relação com o país no qual se localiza. A oportunidade de negócio visualizada transborda as fronteiras do país, sede da empresa. Muitas vezes, para viabilizar esse negócio a empresa tem que, necessariamente, desde muito cedo, estabelecer contatos com clientes, fornecedores e parceiros no exterior, ou seja, empresas criadas com o objetivo de serem

Quadro 1 – Fatores de sucesso do empreendedorismo internacional

FATORES DE SUCESSO DO EMPREENDEDORISMO INTERNACIONAL	
VISÃO	Uma visão global desde o início do projeto
CAPACITAÇÃO DA GESTÃO	Uma equipe de direção com experiência no mercado internacional
DECISÕES ESTRATÉGICAS	A escolha de mercados ou tecnologias proeminentes
NETWORKS	Uma rede de relação de negócios internacionais
GESTÃO DOS RECURSOS	O controle sobre algum recurso intangível único
OFERTA INTEGRADA	Estreita ligação entre produtos e serviços
GOVERNANÇA	Uma coordenação global

Fonte: Adaptado de Oviatt; McDougall (1995).

internacionais. Para os autores, é justamente a motivação do empreendedor que determina o crescimento da empresa para transpor fronteiras.

Normalmente, os primeiros passos são iniciados na universidade ou em incubadoras de empresas. Os contatos com clientes, fornecedores e parceiros no exterior são iniciados através de protótipos do produto em ambiente de incubadoras. Esse tipo de empresa apresenta alguns fatores de sucesso.

Na discussão de saber se a empresa de base tecnológica nasce sem ou com a ambição de exportar, importa saber que a mesma já nasce com a ambição de ser global e é preciso neste caso, de se referir aos dois enfoques teóricos: as contribuições da Escola de *Uppsala* e a Teoria de *Networks* com o conceito de *Born Global*.

A Escola de *Uppsala* (JOHANSON E VAHLNE, 1999, *apud* HILAL & HEMAIS *et al*, 2003) é também

conhecida como Escola Nórdica de Negócios Internacionais. Ela considera que o processo de internacionalização se dá gradualmente. Dessa forma, a partir do momento em que a empresa adquire maior conhecimento sobre as atividades e sobre o mercado no qual está atuando, ela aumenta o seu comprometimento com o mesmo, passando para os estágios seguintes, sejam estes os estágios de atividades de exportação não regulares; exportação por agente ou estabelecimento de subsidiárias; estabelecimento filial de venda e ao fim, de filial de produção.

Assim na Teoria de *Uppsala*, o processo de internacionalização acontece por meio de aumentos graduais de comprometimento com os mercados externos e com a política de começar tal processo com os países mais próximos do país de origem em níveis culturais e geográficos.

Por outro lado, na Teoria de *Networks* este

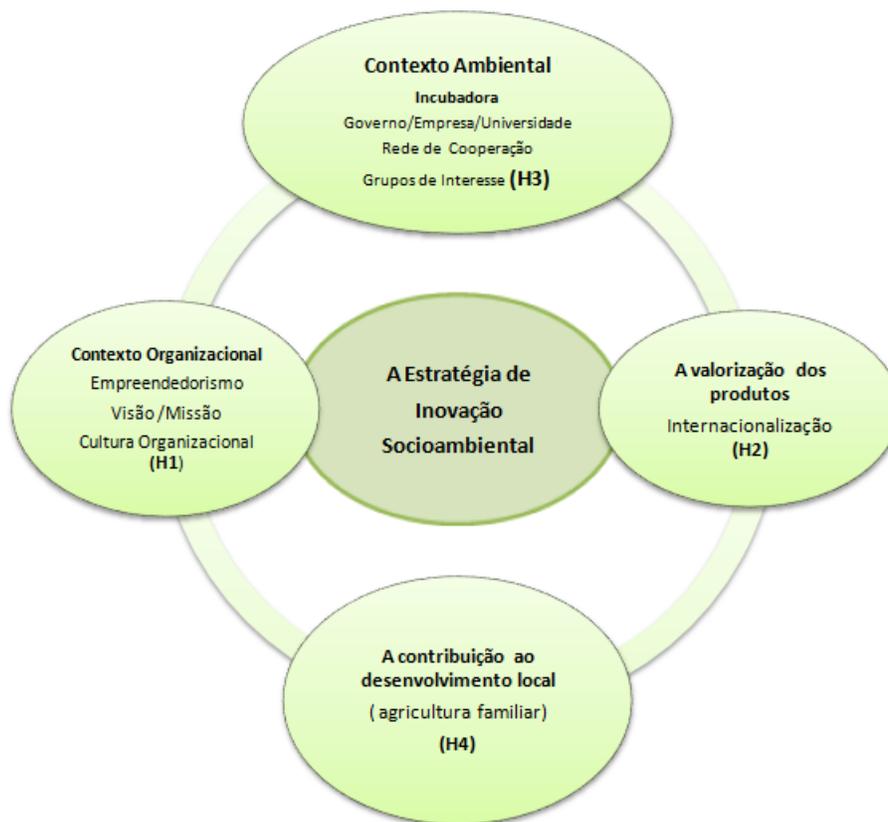


Figura 1- Sustentabilidade como estratégia de inovação socioambiental

processo pode ser acelerado, pois a partir do momento em que um dos membros da rede possui experiência em atividades internacionais, “carrega” junto às demais empresas. A Teoria de *Networks* é relacionada com o modelo de internacionalização *Born Global*, onde se inserem as empresas que desde a sua criação, ou pouco depois dela, iniciaram as atividades de exportação de mercadorias.

Nesse contexto, faz-se necessário abordar o conceito de *Born Global* que engloba essas empresas, mas questionando a sequência de modos de entrada defendidos no modelo original da Escola de *Uppsala*. Na realidade, o conceito de *Born Global* parece mais adaptado ao caso das PME à base tecnológica que a Teoria da Escola Nórdica. (OYSTEIN MOEN, SERVAIS PER, 2002).

O QUADRO TEÓRICO

Foram incorporadas, através de uma construção teórica, as abordagens conceituais apresentadas acima a fim de caracterizar uma estratégia de inovação sustentável de uma empresa incubada. O quadro teórico discute vários contextos, como demonstrado a seguir, como o contexto ambiental, contexto organizacional, a valorização dos produtos e a contribuição ao desenvolvimento local visando à sustentabilidade.

HIPOTHESES E METODOLOGIA DA PESQUISA

A partir da construção teórica, buscou-se investigar o tema através das seguintes hipóteses:

H1-A visão organizacional e a cultura organizacional dos empreendedores influenciam na adoção de uma estratégia de responsabilidade socioambiental da empresa;

H2-A relação entre o local e o global através do processo de internacionalização da empresa pode favorecer o desenvolvimento local através da

valorização em nível internacional dos produtos locais nacionais;

H3-A importância da incubadora sobre as empresas incubadas está fundamentada em uma rede de cooperação;

H4-A estratégia de sustentabilidade da empresa se apoia na preocupação da sua participação no desenvolvimento local.

A pesquisa classifica-se de cunho qualitativa quanto a sua natureza e exploratória no que se refere aos seus objetivos. Enquanto modalidade de pesquisa trata-se de um estudo de caso de uma das empresas incubadas pela PIEBT. Portanto, o método será de buscar a triangulação, baseando-se no desenvolvimento de linhas convergentes; na investigação entre documentação; questionários semiestruturados e observação direta. Foram entrevistados os gerentes da empresa incubada, objeto deste estudo; a coordenadora da incubadora da PIEBT/UFPA e a direção da cooperativa localizada numa das comunidades beneficiadas pela empresa.

ESTUDO EMPÍRICO

O Programa de Incubação de Empresas de Base Tecnológica - PIEBT da Universidade Federal do Pará – UFPA

O Programa de Incubação de Empresas de Base Tecnológica - PIEBT da Universidade Federal do Pará - UFPA ou Incubadora da UFPA como é informalmente conhecido foi instituído por Convênio, celebrado em parceria com a Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa - FADESP, no ano de 1995, possuindo 16 anos de contribuição para desenvolvimento do Estado, iniciativa pioneira na região amazônica.

O PIEBT atualmente atende 38 empresas sendo 31 liberadas para o mercado, estando estas nas

áreas de biotecnologia; produtos naturais; alimentos; cosméticos; fitoterápicos; energia; gás natural; tecnologia da informação; comunicação e design.

A proposta a ser apresentada pelos interessados deve compor um Plano de Negócios contendo informações técnicas, econômico-financeiras, mercadológicas e gerenciais do projeto, seguindo um roteiro pré-estabelecido. As empresas incubadas selecionadas pelo programa passam pelo processo de pré-incubação; incubação e pós-incubação.

Para a coordenadora da incubadora, Profa. Iara Neves, o objetivo é estimular as empresas incubadas em desenvolver estratégias de sustentabilidade socioambiental, sabendo-se que

“Como o foco das micro e pequenas é a sustentabilidade econômica é preciso estimulá-las através de projetos direcionados à área ambiental e de buscar recursos através deles. Os editais hoje, normalmente direcionam o interesse na área socioambiental. É uma forma de incentivar, já que as MPE’S não tem um recurso que possam destinar a essa área, mas a partir do momento que se estimula a participação através de projetos que visam captar recursos e que eles direcionam o uso desse dinheiro para a área socioambiental, o

empreendedor acaba resolvendo o problema financeiro e começa a se conscientizar do valor desse produto ou serviço. Ele começa a perceber que o mesmo é sustentável e que essa inovação pode ser utilizada como uma estratégia de sustentabilidade que garantirá mercado e recursos”.

Ainda, segundo a entrevistada, existe o fato de alguns gestores das empresas incubadas terem o espírito empreendedor, mas não o perfil empreendedor, quando afirma que

‘Os pesquisadores não têm uma visão empreendedora, preferem publicar o resultado da pesquisa e depois vai para a gaveta. Cadê o papel social do que é produzido na universidade se ele vai para a gaveta ou para uma revista científica apresentado em congresso. Qual seria a porta de saída? Seria a incubadora, afirma. Como fazer a coisa acontecer em uma escala que possa ser observada em âmbito local, regional? A dificuldade vem daí’.

Apresentação da Empresa Amazon Dreams

A empresa foi criada com base na sustentabilidade da região amazônica, relacionando a pesquisa e inovação aos aspectos econômicos; sociais; culturais e ambientais.

Quadro 2- Perfil Geral da Empresa Amazon Dreams

Empresa	Amazon Dreams
Setor de atuação	Química fina/alimentos/multissetor
Negócio	Produção de compostos bioativos
Sede	PIEBT- Belém, PA
Nº de funcionários	12
Faturamento (projetado)	2011 -R\$1,5milhão 2013 - R\$ 5 milhões
Problema	Necessidade de compostos naturais ricos em polifenóis para aplicação em alimentos funcionais, cosméticos e saúde humana.
Solução	Tecnologia de craqueamento de extratos através de processo químico, através de produtos purificados.
Tempo de incubação	2,6 anos

Fonte: Dados coletados junto à empresa, 2011.

Assim, a origem de seus produtos está nas frutas e folhas da floresta, sem a necessidade de derrubar árvores e incentivando a preservação do meio ambiente.

Os produtos da *Amazon Dreams* são compostos bioativos extraídos de polifenóis das frutas e folhas da floresta e que são ricos em antioxidantes, tendo a facilidade de oferecer em forma granulada ou líquida seus produtos, permitindo facilmente sua aplicação nas áreas de alimentos funcionais, cosméticos e farmacêutica.

Seus principais diferenciais são compostos altamente concentrados, certificação orgânica das matérias primas e padronização dos lotes produzidos.

A tecnologia desenvolvida pela empresa consiste, como dito anteriormente, em realizar processos de separação dos compostos bioativos das frutas e folhas, buscando os antioxidantes e produzindo lotes padronizados de extratos purificados e fracionados, com os diferenciais de certificação orgânica e obtenção de compostos altamente concentrados.

O grande diferencial dos produtos da empresa é o processo de purificação no qual os agentes antioxidantes são submetidos e que, em função da tecnologia desenvolvida, consegue-se isolar o princípio ativo das espécies florestais, chegando-se a um grau de pureza dos antioxidantes a 70%, o que ainda não foi conseguido em nenhum outro lugar do Brasil.

O grande mentor desse projeto foi pesquisador belga Hervé Louis ROGEZ que tinha o sonho de conseguir promover uma fonte de renda para a região amazônica que não se transformasse em um novo ciclo de extrativismo, mas que beneficiasse os produtores e a gente da floresta.

Na Universidade Federal do Pará, o mesmo encontrou o ambiente ideal para suas pesquisas.

De 300 plantas selecionadas, concentrou sua atenção em três sendo estas, açaí, ingá e murici. Para colocar em prática suas ideias e levar o estudo adiante, o mesmo associou-se a cinco jovens empreendedores, sendo todos formados pela universidade e angariou recursos de fundos de pesquisa do Brasil e do exterior.

Foram quatro anos de estudos intensos para que a *Amazon Dreams* se transformasse em uma empresa inovadora e contasse com um produto exclusivo, de alta tecnologia e revolucionário aos olhos dos mercados nacional e internacional.

Para Enriquez (2001), o impacto das inovações tecnológicas irradiadas a partir dos avanços na biotecnologia tem contribuído para a criação de uma demanda por produtos naturais da Amazônia com maior valor agregado, que há alguns anos era praticamente inexistente. O setor farmacêutico, cosmético, agroindustrial e de biorremediação são os mais intensivos na utilização desses produtos naturais.

Gilbert (2000) também relaciona diversos produtos naturais nas áreas farmacêutica, cosmética, agroquímica e alimentícia, com potencial de mercado com que nenhuma outra região do mundo pode concorrer. O autor destaca que se deve sempre agregar o máximo de valor aos produtos naturais procurando implantar a produção e exportação de produtos acabados ou ao mínimo beneficiados.

Para tanto, o mesmo cita três critérios como essenciais como a qualidade assegurada; a disponibilidade do produto em escala adequada e com continuidade garantida; e um preço relativamente estável, logicamente, assegurando que a atividade não seja predatória ao meio ambiente.

Nesse contexto, buscou-se fazer a correlação dos dados coletados com o contexto organizacional;

institucional; socioambiental e da valorização dos produtos dentro de um contexto internacional.

APLICAÇÃO DO QUADRO TEÓRICO

Contexto Organizacional

No contexto organizacional, observou-se o perfil dos empreendedores e como esse processo empreendedor contribuiu para uma visão de sustentabilidade, até então apresentada pela empresa além do que, como essa visão se transpôs em estratégias de sustentabilidade socioambiental, tomando como base uma inovação tecnológica e a importância do PIEBT nesse processo.

Para Igor Correa, CEO da Empresa, o ponto forte e fraco da empresa relacionado a uma análise de ambiente interno está na “excelente equipe de pesquisadores e pedidos de patentes registrados são a marca registrada da companhia”, observando que, as patentes foram viabilizadas pela incubadora, através do programa.

As características empreendedoras são necessárias para a empresa desenvolver seus processos voltados à inovação e sustentabilidade socioambiental, e neste sentido, Igor afirmou que “sim, todos os sócios da empresa possuem pós-graduação (de especialização a Pós-PhD), ou seja, possuem intelecto suficiente para aplicar conceito de inovação ao de desenvolvimento sustentável”.

O perfil de empreendedores investigado na literatura deste trabalho pode ser identificado na empresa estudada. Em geral, são jovens com formação universitária em ciências aplicadas que buscam aplicar as tecnologias apreendidas em ambiente acadêmico com vistas ao aproveitamento de oportunidades mercadológicas.

No Quadro 03, pode-se verificar o perfil dos empreendedores que atuam na empresa.

Observou-se que o diferencial competitivo da *Amazon Dreams* não se faz apenas na tecnologia de produtos inovadores com apelo sustentável, mas também na alta qualidade de sua equipe que está embasada na formação específica, na capacitação e nas diferentes frentes de atuação dos seus membros.

Todos atuam em setores específicos da empresa como certificação; pesquisa aplicada; desenvolvimento de processos; *marketing*, caracterizando as premissas básicas para o desenvolvimento de inovações dentro da empresa e assim ser mais competitiva em relação às demais tanto no âmbito nacional quanto no âmbito internacional.

Um dos aspectos relevantes da empresa estudada é a experiência internacional dos empreendedores. Constatou-se também a existência de uma formação complementar no exterior ou formação específica com o objetivo de desenvolver o empreendedorismo internacional.

Contexto Institucional

A criação de um empreendimento sustentável passa por uma rede de contatos sustentável. Para Isaak (2002), o empreendedor sustentável deve ser um mediador entre a sua rede de influências. O surgimento desta rede de contatos surge ao longo do tempo, com as diversas partes envolvidas no negócio e a execução de atividades sustentáveis.

‘Temos subvenções e parceria importantes de instituições governamentais como o FINEP, CNPq, SEBRAE. E quanto aos grupos de interesse que têm relação com a empresa e que são considerados importantes na implementação de sua política de gestão socioambiental, os principais stakeholders da Amazon Dreams são os seus sócios, UFPA, equipe de pesquisadores, cooperativas envolvidas (COFRUTA), os fundos de investimentos CRIATEC e INSEED Investimentos, os

Quadro 3- Perfil Empreendedor da Organização

Hervé Rogez	Possui Graduação e Mestrado em Engenharia Química e das Indústrias Agrícolas (1992). Doutorado em Ciências Agrárias e Engenharia Biológica (1999) pela <i>Université Catholique de Louvain</i> (UcL, Bélgica). Hervé é Professor Titular da UFPA, revisor de periódicos nacionais e internacionais e Professor Visitante da UCL. Tem experiência em ciência, tecnologia e engenharia de matrizes vegetais ricas em compostos bioativos, em particular os compostos fenólicos. Estuda as interações dos compostos fenólicos no seu ambiente natural, os processos de extração, concentração, purificação e fracionamento de compostos fenólicos, técnicas de análise dos mesmos, avaliação <i>in vivo</i> de seu consumo (no contexto do desenvolvimento de alimentos funcionais, no caso) e suas aplicações tecnológicas. Estuda o açaí desde 1995, tendo acumulado um conhecimento multidisciplinar sobre este alimento, inclusive sobre transmissão de Chagas por via oral.
Igor Chaves Corrêa Pinto, CEO.	Administrador formado pela UFPA, MBA pela <i>Cardiff Business School (Distinction Class)</i> , onde foi bolsista <i>Chevening do British Council</i> . Ex-Associate do São Paulo <i>Office McKinsey&Company</i> . Ex-Consultor Global de <i>Brand Valuation da Interbrand Iberia e Latin America</i> . Atualmente também faz parte do Conselho Fiscal do <i>Imazon</i> .
Bruno Beranger, CFO.	Administrador formado pela Universidade Candido Mendes. Possui um MBA em Finanças pela (<i>New York University</i>). Atua no mercado financeiro desde 1994 nas áreas de <i>Investment Banking</i> , Estruturação Financeira e <i>Private Equity</i> . Trabalhou na IBM, Banco <i>Brascan</i> e <i>Indusval Multistock</i> . Ex-sócio da <i>Mercatto Gestão</i> e na <i>Stock Asset</i> . Foi responsável pela Área de novos negócios do Grupo Martins e sócio responsável na <i>VCB Consulting</i> .
Fagner Sousa	Produção e <i>PD&I</i>
Ivonete Quaresma da Silva	<i>PD&I</i>

Fonte: Dados coletados pelos autores, 2011.

bancos do Nordeste, BNDES, Banco da Amazônia). (IGOR FONSECA, *AMAZON DREAMS*, 2011).

A *Amazon Dreams* compõe uma relação de empresas que estão vinculadas ao Projeto Agência de Inovação Tecnológica da UFPA (UNIVERSITEC).

‘Temos uma grande parceria com a Universidade Federal do Pará que é coautora no desenvolvimento das nossas patentes e oferece toda a estrutura de incubação por meio da sua Agência de Inovação, o que nos traz um ‘carimbo de marca de inovação’ ainda mais forte’. (IGOR CORRÊA, 2011).

Percebeu-se neste estudo que a importância da rede de contato para o empreendimento é o auxílio que a mesma aporta no alcance dos seus objetivos econômicos, sociais e ambientais. Mesmo tendo as ações com fins sociais ou

ambientais desenvolvidas pelas empresas da sua rede de cooperação ou *stakeholders*, todos estão centrados na gestão socioambiental, mas com uma preocupação de garantir a captação de recursos para o empreendimento.

A Contribuição ao Desenvolvimento Local

Contudo, como contribuição do DLS (Desenvolvimento Local Sustentável), o CEO da *Amazon Dreams* afirma que

‘Existe a preocupação ambiental natural da empresa para estes setores. A Amazon Dreams realiza junto às Cooperativas Agrícolas fornecedoras de suas matérias primas, uma política de apoio financeiro através de reestruturação de suas plantas fabris e/ou no treinamento do seu quadro de funcionários. Em 2010, a empresa investiu mais de R\$130.000,00 nas cooperativas. A empresa também está atenta às legislações e critérios de certificação

pertinentes às suas atividades, buscando atualmente diversas certificações que possibilitem a comercialização e exportação de seus produtos’.

O mesmo salienta ainda a importância para a empresa em utilizar produtos inovadores como estratégia de sustentabilidade socioambiental.

‘A empresa sempre está em busca da inovação de seus produtos, porém não adquire matérias primas que não apresentem sustentabilidade socioambiental na região de cultivo. Desta forma, a Amazon Dreams realiza estudo de viabilidade técnica e socioambiental antes de iniciar uma nova cadeia comercial’. (IGOR CORREA, 2011).

A Amazon Dreams conta em seu ciclo operacional com cooperativas de Abaetetuba, Tomé-Açú e Igarapé-Miri, municípios do Estado do Pará, as quais fornecem matéria prima.

Dentro destas cooperativas é desenvolvido, em especial na do município de Abaetetuba (COFRUTA), além do processo de coleta da matéria prima através de seus associados, o beneficiamento destas por meio dos equipamentos instalados na mesma e que, por meio de contrato, são utilizados duas vezes por semana como unidade fabril para a empresa.

Em contrapartida, a Amazon Dreams como forma de aperfeiçoamento da mão de obra, proporciona cursos e palestras com o intuito de beneficiar e aprimorar as técnicas utilizadas para extração.

A parceria com a organização é segundo o presidente da COFRUTA, Sr. Josenildo Costa da Silva (2011),

‘Uma estratégia de venda para a cooperativa com intuito de atender as encomendas maiores de modo a garantir a continuidade no atendimento aos clientes e ganhar mais experiência na atuação do setor na exportação, haja visto que o mercado internacional requer maiores atenções no que se refere à qualidade; ao atendimento; ao prazo e a

quantidades maiores que as habituais, principalmente, se tratando de frutos típicos da região’.

Alguns dos benefícios da Amazon Dreams para com as comunidades encontra-se na organização das pessoas e planejamento da colheita bem como, na geração de renda e possibilidade em manter suas famílias na própria região, princípio de atuação que a empresa já concretiza por meio da parceria atual com a Cooperativa de Fruticultores de Abaetetuba (COFRUTA), parceria esta que beneficia 300 famílias.

Para o CEO da empresa,

‘A Amazon Dreams propõe um meio de configurar suas atividades com as do povo da floresta, de tal forma que as pessoas envolvidas se comprometam em satisfazer suas necessidades no presente, ao mesmo tempo em que preservam a biodiversidade e os ecossistemas naturais, com planejamento e atitudes responsáveis para a economia e meio ambiente’.

Contudo, segundo Sr. Josenildo Costa Da Silva da COFRUTA (2011),

‘A produção advinda da cultura familiar dos cooperados e associados é um dos elementos que contribuem para a sustentabilidade, pois estes possuem vasta experiência no plantio de frutos comercializados pela COFRUTA e com o aprimoramento das técnicas utilizadas para extração desses frutos desenvolvidos em contrapartida pela Amazon Dreams, estas acabam também sendo passadas de pais para filhos e, conseqüentemente, incorporadas pela cultura local’.

Nesse contexto, percebeu-se que a estratégia de sustentabilidade da empresa se apoia na preocupação da participação no desenvolvimento local, garantindo emprego e renda para as famílias que participam da Cooperativa de Fruticultores de Abaetetuba, que são capacitados

pela empresa quanto ao manejo correto de extração dos frutos, como o açaí.

Dessa forma, os princípios do cooperativismo procuram estabelecer uma relação horizontal entre o capital e o trabalho, se caracterizando por garantir a participação mais ampla possível da população nos frutos da atividade econômica.

Com isso, o sistema cooperativo neste caso vem se apresentando como um setor econômico, dinâmico e estratégico, capaz de se constituir em um polo gerador de trabalho, emprego e renda, podendo assim, contribuir na redução da exclusão social.

Quando da entrevista com a comunidade, os relatos apontaram que

‘A contribuição da empresa está em respeitar a cultura da região, já que cada local requer um tipo de desenvolvimento. A empresa primeiro conheceu a realidade local e depois avaliou os riscos e os benefícios para a comunidade. Se por trás disso tinha outra intenção, não sei, mas só sei que depois das ações da empresa a vida da comunidade melhorou, pois é com esse dinheiro que muitos sustentam suas famílias’. (Entrevistado 1).

‘Eu acho que o produto comercializado pela empresa tem um impacto social grande para a nossa comunidade, principalmente porque sabemos que vai pra fora. Mas o fato é que nos dependemos dessa venda para indiretamente sobreviver. É o nosso ganha pão’. (Entrevistado 2).

‘Já faço a coleta e participo da cooperativa como associado há mais de cinco anos e com essa técnica somente aquela outra empresa é páreo pra Amazon. E quando ela chegou, procurei logo o responsável, pois diziam que pagavam bem’. (Entrevistado 4).

Os entrevistados tiveram diferentes pontos de vista em relação à atuação socioambiental da empresa. Sendo assim, os pontos enfocados pelos participantes da pesquisa foram considerados válidos, pois se levou em conta que um não exclui o outro e convergem para a contribuição de garantia de renda para a comunidade beneficiada.

A Valorização dos Produtos no Mercado internacional

Os compostos bioativos feitos a partir da polpa do açaí e das folhas de ingá e murici são os únicos com índices superiores a 75% de concentração de polifenóis. A novidade chamou a atenção de grandes laboratórios e indústrias do exterior que estão dispostos a usar os bioagentes originários da flora brasileira no combate ao envelhecimento precoce da pele, graças aos poderosos antioxidantes; na produção de alimentos funcionais; na substituição de corantes químicos por orgânicos e também na prevenção de doenças cardiovasculares. A produção mensal de 100 quilos de extrato concentrado é toda exportada para a Bélgica e a França a um preço médio de R\$ 1.300,00 o quilo.

Conforme a entrevista publicada na revista Época (2011), Igor Corrêa afirma que

‘Nosso extrato tem uma concentração de oxidantes até 70 mil vezes maiores que os comuns e na prática isso significa que uma fabricante de bebidas poderia trocar os litros e litros de polpa por algumas gotas de extrato para obter o mesmo nível de oxidantes. Neste ano, a Amazon Dreams fez a sua primeira exportação no valor de um milhão para uma fábrica de bebidas da Coréia do Sul’.

Ainda segundo o entrevistado, os produtos começaram a ser comercializados no mercado internacional devido a organização ter saído na frente ao patentear um processo que em um

período de três a cinco anos tende a ser exclusivo no Brasil e no exterior. Isso dá a empresa uma grande vantagem em termos de margens e diferencial competitivo, além de garantir fôlego para novas pesquisas.

‘Os produtos comercializados internacionalmente são o Clarificado de Açaí; a Polpa de Açaí 12% e a Polpa de Açaí 14%. Extratos Purificados de Açaí, de Ingá e Muruci também apresentam grande potencial comercial internacional. Ainda não o são porque estão em escala piloto de produção’.

Quanto a valorização dos produtos comercializados pela empresa pelo mercado internacional, segundo Igor Correa, a mesma acontece através da “participação em feiras e eventos que tem alavancado a nossa presença internacional”.

O próximo passo de acordo com o empresário será produzir em escala industrial compostos 100% puros, voltados para a indústria farmacêutica e produzidos sob encomenda, a cerca de R\$ 15 mil o quilo, o que vem a confirmar os estudos de Oviatt e McDougall (*apud* BAËTA *et al*,2001) sobre empreendedorismo internacional.

Para estes autores, algumas empresas nascem com a ambição de ser global (“os *Born Global*”), pois a empresa objetiva desde seu início em atender ao mercado externo e com relação ao país no qual se localiza.

No entender do empreendedor e CEO da empresa objeto deste estudo, um dos principais segredos para a decolagem das empresas consideradas de futuro é não se fechar para o mundo. “*É preciso ter uma visão macro, olhar o que acontece no Brasil e no exterior e não apenas enxergar ao seu redor*”. O mesmo observa ainda que, para antecipar o futuro é preciso estar atento ao comportamento das pessoas, prever as suas necessidades e se aprofundar no estudo das tendências mundiais. “*Com essas ferramentas e*

muita pesquisa é possível desenvolver produtos e serviços que sirvam às novas necessidades do mercado”.

Confirmando a revisão literária, a empresa *Amazon Dreams* apresenta como fatores de sucesso o fato de ter uma visão global com a constante preocupação em valorizar os produtos naturais da Amazônia na escala internacional.

No entanto, ‘é essencial não se deixar envolver pela rotina do negócio. É preciso buscar outras inovações para se manter na vanguarda e não ser engolido pela concorrência,’ afirma Igor Corrêa.

CONCLUSÕES

Na empresa estudada que pertence a Incubadora de Base Tecnológica da Universidade Federal do Pará, observou-se que a dimensão econômica é uma condição indispensável para a sustentabilidade socioambiental. As empresas abarcadas pela incubadora amparam-se na sustentabilidade socioambiental. A base de trabalho para as empresas da incubadora sabem que:

- A preocupação socioambiental é uma necessidade;
- É um dos pré-requisitos para ingressar na incubadora;
- A contribuição da incubadora via PIEBT está na importância de ser o referencial para as empresas incubadas conseguirem financiamentos;
- A dimensão socioambiental é uma chance de valorizar os recursos naturais e garantir uma vantagem competitiva, inclusive em nível internacional.

As constatações empíricas da pesquisa de campo mostram que na formação da visão empreendedora dos entrevistados são

consideradas as dimensões da sustentabilidade econômica, social e ambiental.

A Empresa *Amazon Dreams* no desempenho das atividades empreendedoras demonstrou foco na dimensão da sustentabilidade socioambiental e não somente na econômica, dado que, esta é a dimensão que garante a sustentação do empreendimento, o que se pode constatar no relato dos entrevistados pertencentes à comunidade e que são beneficiados diretamente pela empresa.

Em relação à existência de ações empreendedoras direcionadas para as dimensões sociais ou ambientais, estas se configuram dentro uma rede de contato com *stakeholders*, como em processo de osmose, entre os valores dos dirigentes (que podem evoluir em função do contexto) e as expectativas dos grupos de interesses (clientes, fornecedores, organismos financeiros).

Desta forma, conclui-se que a sustentabilidade na sua totalidade faz parte da visão empreendedora da empresa *Amazon Dreams*, pesquisada e utilizada como estudo de caso, dado que a visão social e ambiental faz parte dos valores dos diferentes atores, sendo assim uma pré-condição para valorizar com sucesso os produtos naturais da região norte no nível internacional.

REFERÊNCIAS

ANPROTEC. (2010). Disponível em <http://www.anprotec.org.br/publicacaoconhecias2.php?idpublicacao>. Acessado em 20 março de 2010.

BARBOZA, S. (2000). Incubación de empresas de base tecnológica, la experiencia de Costa Rica. In: *Ponencias del Congreso Latino Americano Sobre Espirito Empresarial*, 12. Costa Rica: PYME.

BARBIERI, J. C. (2007). Organizações inovadoras sustentáveis. In: BARBIERI, J. C;

SIMANTOB, M. Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações. São Paulo, Atlas.

BAÊTA, A. M. C.; BORGES-JR, C.; TREMBLAY, D. G. (2001). Empreendedorismo internacional: o desafio das incubadoras de empresas de base tecnológica. Disponível em <http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewArticle/253>. Acessado em 2011.

BIDONE, E.D; CASTILHOS, Z.C; AZEVEDO, J. (2004). Avaliação Socioeconômica dos Impactos Ambientais em Estruturas do Tipo Pressão – Condicionamento – Impactos - Respostas (PCIR).

DORNELAS, J. C. (2002). Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras. Rio de Janeiro: Campus.

ENRIQUEZ, G. V. (2001). A trajetória de tecnologia dos produtos naturais biotecnológicos derivados na Amazônia. Belém, PA: UFPA/NUMA, 168 p.

ETZKOWITZ, H. (2002). Hélice Tríplice: Universidade-Indústria-Governo. Higher Education, Brighton.

FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. (1995). Made in Brazil: Desafios Competitivos para a Indústria. Rio de Janeiro: Campus.

FILION, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. V. 34. N. 2. São Paulo: Revista de Administração – FEA/USP, p. 5-28, abr./jun.

GILBERT, B. (2000). Produtos industrializáveis da biodiversidade Amazônica. In: Anais Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, 10. Anprotec: Belém, PA, p. 225-234.

HILAL, A.; HEMAIS, C. A.O. (2003). Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. V. 7. N.1. Curitiba: RAC, p.109-124, Jan./Mar.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. (2004). Empreendedorismo. 5ª. Ed. Porto Alegre: Bookman.

ISAAK, R. (1998). *Green logic: ecopreneurship, theory and ethics*, Sheffield: Greenleaf.

LEONE, N. M. (2004). *As especificações das pequenas e médias empresas*. São Paulo: Revista de Administração.

OYSTEIN MOEN, SERVAIS PER. (2002). Examining the export Behavior of Small and Medium-Sized Enterprises. V.10.N.3. USA:Journal of International Marketing, p.49-72.

PHILIPPI, L. S.(2001). *A Construção do Desenvolvimento Sustentável*. In: LEITE, Ana L. T. A.; MININNI-MEDINA, N.. *Educação Ambiental (Curso básico à distância) Questões Ambientais – Conceitos, História, Problemas e Alternativa*. 2ª. Ed, V.5. Brasília: Ministério do Meio Ambiente.

PORTER, Michael E; KRAMER. (2009). *Estratégias e Sociedade: o vínculo entre vantagem competitiva e responsabilidade social das empresas*. In: *Competição - edição revista e ampliada*. Rio de Janeiro. Elsevier, p: 349-374.

SAVITZ A. W. (2007). *A Empresa sustentável*. Rio de Janeiro: Editora Campus, Elsevier.

SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (orgs). (2005). *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas.

SCHLINDWEIN, C. (2004). *Empreendedores, o desafio do negócio próprio: uma análise da criação de micro e pequenas empresas*. Florianópolis: Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina.

OVIATT, B. M., & MCDUGALL, P. P. (1995). *Global start-ups: entrepreneurs on a worldwide stage*. Boston: Academy of Management Executive, 9 (2), 30-43.