



SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
XXVIII SIC

paz no plural



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2016: SIC - XXVIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2016
<b>Local</b>	Campus do Vale - UFRGS
<b>Título</b>	MOTIVAÇÕES PARA ECO-INOVAÇÃO - William Valle
<b>Autor</b>	WILLIAM CASTILHOS VALLE
<b>Orientador</b>	MARCIA DUTRA DE BARCELLOS

# ARLA FOODS E AS MOTIVAÇÕES PARA ECO-INOVAÇÃO NO SETOR DE ALIMENTOS

Autor: William Castilhos Valle

Orientadora: Marcia Dutra de Barcellos

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Esse trabalho visa analisar as motivações das empresas para a eco-inovação no setor de alimentos. Mais precisamente, o olhar da empresa dinamarquesa *Arla Foods* é observado e analisado desde uma perspectiva macro, que engloba a visão, missão e metas da organização, até uma visão micro, que pode ser verificada através das atividades que os colaboradores praticam diariamente e até a cultura organizacional intrínseca que foi criada ao longo dos anos. Para a definição de motivadores internos e externos à eco-inovação, foi utilizado o modelo Bossle *et al.* (2016).

Para entender o funcionamento da empresa, foi realizada uma pesquisa qualitativa, através de quatro entrevistas semiestruturadas com gestores da organização de diferentes níveis e áreas. Além disso, foram utilizados dados secundários para complementar a compreensão da organização, tais como *website*, revistas e materiais de divulgações fornecidos pelos gestores. Durante as entrevistas, foi evidente que a maioria dos gestores apresenta forte conexão com os valores da *Arla*, em especial Arun Prabhu, responsável por desenvolver e implementar a estratégia global de lácteos. Em sua fala é predominante a vontade e disposição para inovar e buscar eficiência no seu cotidiano, alinhando um resultado ecológico positivo (que é possível verificar através da adoção de alimentos orgânicos na ~~linha~~ linha de produção, por exemplo) com maior rentabilidade e lucratividade atrelados a esses elementos chamados de “verdes”. Esta busca é cada vez mais demandada pelos consumidores que buscam um estilo de vida mais saudável e/ou diminuir seu impacto negativo no meio ambiente. Através dessa demanda, é possível aumentar a margem de lucro nesses produtos específicos.

Durante as entrevistas, foram investigados os motivadores externos e internos para a busca por eco-inovação. Foi possível notar que na *Arla Foods* essa busca por inovar sustentavelmente ocorreu por uma motivação principalmente interna. Esse interesse acompanhou o crescimento da organização e o aumento de demanda por parte dos consumidores, que cada vez mais incentivou essa atitude e demonstrou que o caminho por eles escolhidos era promissor. Ao longo das entrevistas, foram destacados dois motivadores externos como influenciadores do porquê de investir em eco-inovação, sendo eles: pressões normativas, que aparecem como resultado de uma demanda por parte dos clientes e fornecedores; e cooperação, que ocorre de maneira externa, pois se refere à colaboração entre os fornecedores, clientes e instituições de pesquisa, entre outros, com o objetivo de atingir a sustentabilidade e viabilidade das inovações. Em relação aos motivadores internos para eco-inovar, sobrepõem-se a eficiência e a estratégia e cultura ambiental. A eficiência foi identificada através do relato da constante busca pela viabilidade econômica da produção de alimentos orgânicos e sustentáveis. Já a estratégia e a cultura ambiental são notadas de forma indireta através do discurso e, sobretudo, a conexão com os valores ambientais da organização e dos gestores.