

INOVAÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO DE PRODUTORES DE ALIMENTOS EM PEQUENA ESCALA: estudo com beneficiados de um projeto de extensão

CAROLINE FERNANDA DE OLIVEIRA
UNIVERSIDADE FEEVALE (FEEVALE)

VANIA GISELE BESSI
UNIVERSIDADE FEEVALE (FEEVALE)

Agradecimento à órgão de fomento:
Agradecimentos ao CNPq.

INOVAÇÃO SOCIAL NO CONTEXTO DE PRODUTORES DE ALIMENTOS EM PEQUENA ESCALA: estudo com beneficiados de um projeto de extensão

1 INTRODUÇÃO

Essa pesquisa procura contribuir com o tema inovação social, que atua na busca por oportunizar a qualidade de vida dos indivíduos, tanto em nível mundial, quanto nacional (AGOSTINI et al, 2017). O menor salário pago a um trabalhador em regime CLT (Consolidação das Leis de Trabalho), chamado salário mínimo, deveria ser suficiente para as suas necessidades básicas e bem-estar. O Decreto-Lei 399, de 30 de abril de 1938, art. 2º explica que se nomeia salário mínimo como correspondente “a remuneração mínima devida a todo trabalhador adulto, sem distinção de sexo, por dia normal de serviço e capaz de satisfazer, em determinada época, na região do país, as suas necessidades normais de alimentação, habitação, vestuário, higiene e transporte”.

O Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2018) realiza a pesquisa nacional da Cesta Básica de Alimentos comparando o salário mínimo nominal com o necessário mensalmente para uma família composta por dois adultos e duas crianças, sendo que essa cesta calculada tem incluso itens necessários e balanceados, proporcionando-lhes, sobretudo, saúde e bem-estar.

Ao se analisar estes dados, percebe-se que a média mensal do salário mínimo nominal atingiu somente 23,91% do salário mínimo necessário de janeiro a maio de 2019 (DIEESE, 2019). Em 2018 teve a média mensal de 26,24%. Desde 1994 quando a pesquisa foi iniciada, não houve um mês que se registrasse paridade entre os salários, a grande diferença é que em 1994 a média mensal foi de 9,92% do salário mínimo necessário (DIEESE, 2019).

Tem-se como justificativa desta pesquisa que mesmo que um cidadão brasileiro tenha direito às suas necessidades básicas e de bem-estar garantidos por lei, há a necessidade de se buscar formas de subsistência. Neste sentido é que surge a inovação social, sendo operacionalizada através de indivíduos, grupos de trabalho, cooperativismo e organizações que desejam ser agentes de mudança social e de atores que necessitam da transformação.

Os produtores de alimentos em pequena escala beneficiados por um projeto social da Universidade Feevale, localizada em Novo Hamburgo/RS, são atores que necessitam da transformação e são agentes individuais de transformação em suas comunidades e lares, através de suas formas alternativas de produção de alimentos. O projeto Gestão em Empreendimentos Produtores de Alimentos em Pequena Escala atua junto a “empreendedores, proprietários de empreendimentos individuais ou societários, formais ou informais, provenientes da área urbana ou rural e que atuem na produção de alimentos em pequena escala” (SITE FEEVALE, 2016).

As maneiras alternativas de produção, comercialização e organização dos próprios produtores é que podem se constituir como inovadoras, a partir dos critérios de análise dos elementos das dimensões de análise da inovação social: transformações, caráter inovador, inovação, atores e processos.

2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

O problema de pesquisa se caracteriza em: como se apresenta a inovação social no contexto dos produtores de alimentos em pequena escala beneficiados por um projeto social da Universidade Feevale?

Este artigo tem como objetivo: **identificar elementos de inovação social junto aos produtores de alimentos em pequena escala beneficiados por um projeto social da Universidade Feevale**. Para identificá-los, utiliza-se a Teoria das Dimensões da Inovação Social desenvolvida no Center de Recherche sur les Innovations Sociales (CRISES).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Inovação Social

A inovação social se constitui como uma nova abordagem para a inovação (BIGNETTI, 2011). Ela busca oportunizar a qualidade de vida dos indivíduos, tanto em nível mundial, quanto nacional (AGOSTINI et al, 2017). Conforme revelou o projeto de pesquisa de Taylor (1970), a inovação social pode impactar os atores da comunidade em que estiver inserida em proporções muito além das dimensões dela. Vieira et al (2018) ainda afirmam que além da modificação social, há foco em métodos de aprendizado e há conversa entre diversos tipos de saberes dentro dos acontecimentos da inovação social.

Correia et al. (2018) expõem ainda que as inovações sociais se configuram como respostas à demandas e/ou questões sociais, são valores partilhados, que podem ter suas origens através de múltiplos atores, práticas interpessoais ou relações sociais para responder a finalidades comuns.

Portanto, para todos os atores engajados com a inovação social é observada vantagem, inclusive para as organizações com fins lucrativos. Quando essas não se encontram engajadas com a inovação social, “o receio é que o foco nos lucros para as corporações ricas represente uma sentença de morte para os muito pobres no mundo em desenvolvimento” (STIGLITZ, 2006, p. 20). Esta trata-se de uma transformação de pensamento, posicionamento e ação e não de um grande investimento como no caso das inovações tecnológicas.

Os conceitos de inovação social são diversos, entretanto, todos estão associados à busca de melhorias da qualidade de vida das pessoas, principalmente as que se encontram em desvantagem social, econômica e política. Aquelas que têm menores oportunidades e maiores dificuldades de acesso à água potável, saneamento básico, energia elétrica, moradia adequada, cuidados com a saúde, educação de qualidade, transporte acessível, alimentação nutritiva, internet, lazer e cultura. Contudo,

O olhar da inovação pelo prisma da coletividade tem grande contribuição no sentido de evidenciar que a Inovação Social **não** pode ser algo imposto (resultado) [...] Em geral, a Inovação Social exige mudança no status quo, o que tende a levar tempo. Assim, a coprodução ajuda a quebrar a resistência, ao mesmo tempo em que gera confiança na comunidade local, acelerando o processo de aceitação e difusão da inovação social para a comunidade como um todo (JOÃO, 2014, p. 54, grifo nosso).

A inovação social é capaz de romper barreiras limitadoras da distribuição de renda e da qualidade de vida de grupos e/ou indivíduos em desvantagem econômica, social e política. Bignetti (2011, p. 8) afirma que ela “geralmente é o resultado de novas combinações ou da

hibridização de elementos existentes, e não da composição de elementos integralmente novos”. Ou seja, acontecem conexões entre atores sociais de diferentes composições, alterando as fronteiras iniciais de interação.

3.2 Dimensões de análise da inovação social

As dimensões de análise da inovação social foram desenvolvidas por Tardif e Harrisson (2005), pesquisadores do Center de Recherche sur les Innovations Sociales (CRISES), respeitado centro de pesquisas situado no Canadá. Eles reuniram 49 artigos sobre o tema, sendo que a primeira parte foi colhida em 2003 e a segunda em 2004. A partir do cruzamento de todos esses trabalhos analisados puderam definir cinco dimensões de análise da inovação social e os elementos fundamentais que as compõem.

O CRISES pesquisa inovações e as transformações sociais, baseado em três eixos de pesquisa de complemento: “desenvolvimento e território”, “condições de vida” e “trabalho e emprego”. Estabelecem-se pelo CRISES as cinco dimensões de análise da inovação social: Transformações, Caráter Inovador, Inovação, Atores e Processo.

A **dimensão transformações** se caracteriza por três elementos: contexto macro/micro, econômico e social. Quanto ao *contexto*, inicialmente acontecerá de forma micro, podendo expandir-se exponencialmente no futuro após transformar-se em um efetivo exemplo de sucesso, todavia, “as mudanças podem ter efeitos diferentes de acordo com as escalas, setores e atores envolvidos, o que alerta para a importância do contexto particular no qual ocorre a situação-problema” (PATIAS et al., 2017, p. 128).

O *elemento econômico* da **dimensão transformações**, de acordo com Tardif e Harrisson (2005), está ligado às mudanças nas relações de trabalho convencionais, produção e consumo. Permitindo assim, aos indivíduos ou grupos emergirem de forma a se adaptar a realidade imposta bruscamente diante da volatilidade do capitalismo. E para o *elemento social* da **dimensão transformações**, a inovação social propõe a reconstrução e recomposição dos atores marginalizados no processo excludente dos menos favorecidos e excluídos nas relações sociais, ou seja, “significa tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais, na exata medida de suas desigualdades” (NERY JUNIOR, 1999, p. 42).

A **dimensão caráter inovador**, pode se apresentar como modelos de trabalho, desenvolvimento, governança e economia social, ou mesmo como a união de dois, três ou os quatro modelos juntos. O *elemento modelo* virá acompanhado dos *elementos economia e ação social*. Quando os modelos são unificados a economia é mista, individualmente ela pode ser de origem social ou de conhecimento. As ações podem ser frutos de experimentos, testes, políticas, arranjos institucionais. Entretanto, as próprias políticas e regulamentos podem ser entraves para a realização de projetos (TARDIF; HARRISSON, 2005).

A **dimensão inovação**, por padrão acontece em *escala* local, e se tiver potencial real, pode ser exemplo seguido além de sua escalabilidade inicial. Os *tipos* de inovação social podem ser técnicos, sócio técnicos, sociais, organizacionais, institucionais, ou a junção de todos ou alguns tipos. Essa junção é importante para o próprio fomento das ações “com o objetivo de neutralizar os efeitos [...] tentar conciliar os diferentes níveis de interesse individual, interesse coletivo e de interesse geral (bem comum)” (TARDIF; HARRISSON, 2005, p.25).

Souza e Silva Filho (2014, p. 7) enfatizam que na **dimensão atores** “o processo de inovação é muitas vezes descrito como um processo de aprendizagem coletiva, devido à variedade de sujeitos interessados e às suas características particulares”. Os elementos do âmbito dessa dimensão são *sociais, organizacionais, institucionais e intermediárias*. Ou seja,

basicamente toda e qualquer organização pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, indivíduo ou grupo de indivíduos pode ser criador, motivador, financiador e desenvolvedor de inovação social.

Deve existir uma curta distância no relacionamento dos atores envolvidos nos projetos inovadores e um desejo moral de realizá-los pelos atores que o promovem. Segundo a ONU (2005, p. 58),

A agenda do trabalho decente visa enfrentar numerosos desafios que surgem da globalização, inclusive a perda de emprego, a distribuição inequívoca dos benefícios, e a desorganização (*disruption*) que foi causada na vida de tantas pessoas. Responder a estes desafios exigirá a participação de atores em todos os níveis.

Quanto à **dimensão processo**, André e Abreu (2006, p. 126) esclarecem que a “própria ideia de mudança social como transformação das relações de poder está claramente associada a processos [...] que a concretização mais ilustrativa destes processos diz respeito à mobilização de pessoas que por qualquer razão são socialmente marginalizadas”. Os elementos que englobam essa dimensão são *modo de coordenação, meios e restrições*. Os processos podem ser coordenados para avaliação de situações, por participação, por mobilização de atores com as demandas ou pelos atores que têm interesse em resolver as demandas que observaram, e pelo processo de aprendizagem nas instituições de ensino que impulsionam e promovem ações no segmento da inovação social.

Ainda, na **dimensão processo**, localiza-se o *elemento restrições*, que se posiciona como o grande impossibilitador para implementar um projeto inovador, de conseguir um financiamento/verba para dar sequência a um projeto, ou mesmo de expandi-lo. Este elemento analisa parcerias, integração, negociação, empoderamento, difusão e restrições (SOUZA; SILVA FILHO, 2014).

3.3 Produtores de alimentos em pequena escala

Os alimentos produzidos em pequena escala, além de transformarem a renda das famílias, contribuem com o crescimento da região que são produzidos, com a continuidade de histórias familiares. Quando transformados de forma artesanal a partir de uma receita de família agregam muito valor e fomentam proporcionalmente a renda desses produtores em pequena escala. E além de todos esses benefícios, cada alimento conta uma história, conforme Zuin e Zuin (2008), sendo denominados e reconhecidos como produtos de história, pois carregam consigo as tradições familiares. Devido ao entendimento dessas vantagens,

[...] o consumidor passou a buscar e a privilegiar a qualidade presente nos alimentos tradicionais. A busca por essa qualidade é tanto por uma questão de saúde, como também, pela qualidade simbólica presente nesses alimentos, como tradição, origens e raízes, pois esses alimentos trazem arraigados na sua constituição à história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região que o fizeram como únicos (ZUIN; ZUIN, 2008, p. 111).

No caso dos brasileiros, a alimentação é inicialmente miscigenada pelas cozinhas portuguesas, indígenas, africanas e por fim, uma enorme união de sabores e pratos dos povos

que integram o Brasil (CARTOCCI, 2009). Seguindo essa linha de pensamento, verifica-se também que esses alimentos produzidos em pequena escala em nível de agricultura familiar, associativismo, cooperativismo, ou individualmente também fazem parte da cultura em que se localizam com seus aspectos e significados ímpares. Enfim,

[...] os produtos compreendidos como artesanais, tradicionais, étnicos, típicos ou regionais, traduzem toda uma herança cultural que se prende a fatores como o clima, a situação geográfica, as especificidades dos solos, a história, a situação político-social da região e do mundo, em diferentes épocas. Nesse sentido, os recursos disponíveis em cada época são um importante fator que possibilita (e influencia) a combinação de matérias-primas, a confecção, os métodos de preparo e de conservação – elementos responsáveis pela origem de diversos produtos representativos dos diferentes povos e culturas (DENTZ, 2017, p. 100 apud SCHLÜTER, 2003, p. 12).

Entretanto, o canal de distribuição aos consumidores influencia diretamente no preço que será exercido, pois quando são vendidos diretamente pelos produtores chegam à mesa do consumidor por um preço mais acessível, porém quando passam por intermediários o preço para o consumidor tende a aumentar, o que impossibilita o acesso por um grande número da população que não possui recursos (VIANA, 2017).

Para a produção artesanal de produtos alimentares como um trabalho e forma de renda regulamentada são necessárias licenças e cursos de boas práticas, assim como para a comercialização regulamentada. Em caso de produtos orgânicos exige-se o selo de qualidade garantindo a procedência dos mesmos. Quanto às Boas Práticas Alimentares, Veroneze e Gonçalves (2016, p. 84) explicam que os critérios são norteados pelas “portarias e resoluções da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Ministério da Saúde (MS) e Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) as quais regem obrigações para cada setor do ramo alimentício”.

Perante inúmeros procedimentos legais e fiscais, ainda há o determinante de que em muitos casos, o produtor não sabe por como iniciar seu empreendimento, a quem buscar ou como alcançar tais regulamentações para estar legalizado. Com esse propósito é que surge o projeto social da Universidade Feevale situada na cidade de Novo Hamburgo na região do Vale dos Sinos, no estado do Rio Grande do Sul, que beneficia os produtores de alimentos em pequena escala da região, do meio urbano e do meio rural que comercializam seus produtos nas feiras locais e de porta em porta.

O projeto atua em três frentes, junto a empreendedores, sendo eles: “gestão, que foca no preço da matéria-prima e do produto, marca, comercialização, controles; o empreendedorismo, vendo quais competências individuais necessitam de aprimoramento; e a técnica, que abordará questões como as boas práticas de fabricação dos alimentos” (SITE FEEVALE, 2016). Empreender trata-se de adotar uma conduta proativa perante assuntos que precisam ser solucionados (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

4 METODOLOGIA

Quanto aos fins da pesquisa, trata-se de uma pesquisa descritiva, tendo em vista que o pesquisador não interfere neste estudo, pois busca encontrar a periodicidade com que um fenômeno acontece, sua origem, características, motivos, correspondência e vínculos com demais fenômenos (BARROS; LEHFELD, 2007).

Quanto aos procedimentos de levantamento de dados para a presente pesquisa é investida a pesquisa bibliográfica, e ainda foi realizada uma *survey* com os atores do estudo. A pesquisa bibliográfica se refere à utilização de bibliografia que já foi “tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicações orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 185).

O levantamento ou *survey* tem como função analisar quantitativamente as características de determinada população. E neste estudo, o interesse é mensurar os dados de análise dos elementos das dimensões da inovação social, desenvolvidos por Tardif e Harrisson (2005).

Quanto à abordagem do problema, por ocasião da coleta de dados, esta pesquisa é quantitativa e qualitativa. Quantitativa, pois os dados coletados na *survey* são mensurados, tabulados e tratados “para a comparação de objetos e fatos” (PEROVANO, 2016, p.46). Na etapa que envolveu a coleta de dados via entrevista, utilizou-se a abordagem qualitativa, focando no conteúdo das respostas dadas pela entrevistada. No que se refere à análise dos dados, a abordagem também foi qualitativa, pois foi realizada uma análise descritiva, não somente a mensuração dos dados, analisando os critérios de qualidade dos mesmos (FACHIN, 2017).

Universo ou população-alvo, em pesquisa, refere-se ao “conjunto dos seres animados e inanimados que apresenta pelo menos uma característica em comum” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 225). E a amostra, trata-se de “uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 225). O universo da presente pesquisa constituiu-se dos produtores em pequena escala beneficiados por um projeto social da Universidade Feevale. Formam essa população todos os beneficiados desde o nascimento do projeto, em torno de 77 cadastrados até final de 2019. A amostra ou subconjunto da população desta pesquisa é integrado pelos produtores beneficiados que responderam ao questionário.

O questionário foi respondido 37 vezes, todavia foram validados 28 respondentes. Tal fato aconteceu, porque alguns empreendedores responderam duplamente, em outros casos a produção é somente para consumo da família, ainda, empreendimentos que não se configuram como de pequeno porte e respondentes que não produzem alimentos. O percentual de respondentes validados foi de 36,37% em relação ao total do universo desta pesquisa que corresponde a 77 empreendedores.

Portanto, este estudo tem como base a amostra não probabilística por conveniência, onde os elementos da amostra são estabelecidos, através de uma estratégia conveniente (BARROS; LEHFELD, 2007). A população proposta para a análise está no banco de dados do projeto social da Universidade Feevale.

O questionário foi dividido em cinco blocos: a) perfil socioeconômico do respondente; b) informações sobre o empreendimento; c) características dos empreendimentos econômicos; d) dimensões de análise dos elementos de inovação social; e) dados de retorno da pesquisa.

Parte das questões do questionário utilizou a escala Likert, uma escala de concordância que permite avaliar com mais profundidade as respostas obtidas com a amostra da população que respondeu (GHIGLIONE; MATALON, 1993, p. 292).

A respeito do procedimento de coleta de dados, Barros e Lehfeld, (2007, p. 17), expressam que este “corresponde a um conjunto de procedimentos a ser utilizado na obtenção do conhecimento. É a aplicação do método, por meio de processos e técnicas, que garante a legitimidade científica do saber obtido”.

Para a coleta de dados desta pesquisa, o questionário foi enviado via e-mail através do aplicativo Google Forms para a população do estudo. O questionário foi reenviado duas vezes,

e ainda para os empreendedores que haviam deixado seus números de contato no cadastro do projeto, foram realizadas ligações solicitando a sua participação.

Foram decompostas as informações com base nos dados bibliográficos estudados para montar o questionário. Após o recebimento das respostas, sua tabulação e devida análise, aconteceu a recomposição através de uma visão sistemática. Para mensuração de forma estatística das informações, a qual demandou a presente pesquisa, foi utilizado o software Microsoft Excel, buscando atender o objetivo geral.

Como instrumento da coleta de dados também foi realizada uma entrevista com uma das professoras participantes do projeto social. Esta foi semiestruturada, o que significa que houve perguntas norteadoras, porém ao longo da entrevista e para esclarecer alguns pontos importantes permite-se complementá-la com mais questões, como aconteceu no presente estudo (FLICK, 2013; YIN, 2001; PRODANOV; FREITAS, 2013).

O questionário e a entrevista foram elaborados a partir dos estudos sobre a população verificada, as hipóteses levantadas e a partir do trabalho de Souza (2014) e de Tardif e Harrisson (2005). Os autores empregaram em seus estudos a análise das dimensões da inovação social, as quais também foram utilizadas pelo presente estudo.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O projeto Gestão em Empreendimentos Produtores de Alimentos em Pequena Escala atua junto a “empreendedores, proprietários de empreendimentos individuais ou societários, formais ou informais, provenientes da área urbana ou rural e que atuem na produção de alimentos em pequena escala” (SITE FEEVALE, 2016).

O projeto teve início devido a uma demanda constante que a Universidade recebia, de pessoas que estavam desempregadas e não estavam encontrando oportunidades no mercado de trabalho e então iniciaram a produção, depois disso não entendiam bem como gerir a produção e as vendas que cresciam (ENTREVISTA, 2020). De acordo com a entrevistada trata-se de empreendedores que não podem ser auxiliados pelo SEBRAE, pois em sua grande maioria não possuem CNPJ, inclusive, ela relata que o projeto

[...] tem parceria com a vigilância sanitária, a vigilância sabe que nosso projeto existe, porque a princípio a maioria deles não tem nenhum MEI, não tem alvará, a vigilância até quando encontra pessoas com esse perfil vendendo na rua, ela sabe que pode nos encaminhar essas pessoas para a gente ajudar, a vigilância sanitária é uma parceria (ENTREVISTA, 2020).

O objetivo geral do projeto é:

Contribuir para a criação e desenvolvimento de empreendimentos econômicos e solidários, tanto individuais como societários, que se constituam como alternativas viáveis de geração de trabalho e renda. A atuação junto aos empreendedores terá foco no processo de formação humana, desenvolvimento de competências e de técnicas de produção e de gestão. Com isso, o Programa contribui para a criação, qualificação, formalização, aprimoramento em gestão e desenvolvimento de empreendimentos econômicos e solidários (ENTREVISTA, 2020).

Quanto ao perfil socioeconômico da amostra representante do universo do estudo, o gênero predominante é o feminino, correspondendo a 22 do total de 28. Somente 04 possuem idade inferior a 36 anos, inclusive a amostra traz alguns aposentados. Os empreendedores que responderam ao questionário têm no máximo 03 filhos, sendo que 04 deles não têm filhos.

Do total dos 28 empreendedores que responderam de forma válida o questionário, 13 são responsáveis sozinhos pela renda familiar das residências e 13 dividem esta responsabilidade com mais uma pessoa que integra a habitação.

O grupo que respondeu ao questionário apresenta, no quesito escolaridade, de ensino fundamental incompleto a pós-graduação ou mestrado e, há diversidade de cursos. Também ocorre diversidade de profissões, mas destaca-se maior frequência da profissão de professor.

Observa-se que o grupo de empreendedores que participa do projeto social e que respondeu ao questionário é bastante heterogêneo, tanto no que se refere às idades, escolaridades, como à composição familiar e profissão anterior ou paralela. Com isso, identifica-se o grande desafio do projeto, que é atender, de forma eficiente, um público tão diverso.

Quanto aos empreendimentos, a produção está localizada no mesmo município em que os produtores residem, a maioria em Novo Hamburgo, com exceção de um deles que produz parte na cidade de Novo Hamburgo e parte na cidade de Taquara.

Percebe-se que alguns respondentes estão em processo de iniciar o empreendimento, outros têm meses como produtores, ou, ainda, anos – há empreendimentos com até 08 anos de atuação no mercado. Stadler, Arantes e Halicki (2014) mencionam que são necessários empreendimentos que consigam seguir atuantes no mercado e que se conservem em competitividade, como é o caso de alguns empreendedores da amostra.

Verifica-se, quanto a relação de integrantes do empreendimento que 50% da amostra, isto é, 14 empreendedores trabalham sozinhos. Em alguns dos empreendimentos, onde o produtor de alimentos não trabalha sozinho, fazem parte da equipe familiares

Para 06 empreendimentos, há um familiar na equipe. Em 04 empreendimentos atuam 02 familiares dos empreendedores. A frequência de 03 e 04 familiares dos produtores acontece uma vez. Salienta-se que do total dos 28 respondentes, 16 não trabalham com familiares no empreendimento, sendo que destes 16, apenas 14 produzem sozinhos – tornando-se uma característica da amostra trabalhar com pelo menos um familiar no empreendimento.

Gallo (2010) explica que inovar se trata de uma ação comum e simples realizada por pessoas em qualquer lugar e de qualquer lugar, a magnitude está em transformar o ambiente em que se está inserida, com a proposta aplicada. No caso dos empreendedores, verifica-se que produzir alimentos impacta em suas vidas e a de seus familiares. Devido à particularidade da amostra, para os familiares trata-se de alternativa de trabalho e de renda. Também reflete na comunidade local, gerando emprego e renda, além de movimentar a economia.

Os produtores que já iniciaram a produção têm variação mensal entre 05 e 5000 unidades. Destaca-se quanto aos produtos, que vão desde os produzidos em cozinha até aqueles plantados como brotos de alfafa ou criados como iogurtes e ricotas de kefir.

As atividades executadas pelos produtores no empreendimento vão desde criação, plantação, produção, distribuição, comercialização, controle de estoque, controles financeiros, cobrança, divulgação, precificação dos produtos, gestão e desenvolvimento da marca, análise de custo da produção, análise de custo da matéria-prima, pagamentos de fornecedores até o pagamento de colaboradores. Todavia nem todos têm tais atividades definidas e executadas, ou sentem ter talento para ambas. Nesse ponto, o projeto social, passa a atuar com o desenvolvimento de competências, auxiliando-os ou ensinando-os a executar tais atividades.

5.1 Análise das dimensões de análise da inovação social entre os produtores beneficiados pelo projeto

Quanto à análise das dimensões da inovação social, são verificadas: transformações, caráter inovador, inovação, atores e processos.

Ao se analisar os elementos da **dimensão transformações** junto aos produtores de alimentos em pequena escala, verifica-se sobre o *elemento contexto*, que 22 dos 28 respondentes validados, exprimem que passaram a produzir alimentos pelo desejo de empreender, rompendo com o formato de trabalho CLT. Ainda uma parte da amostra, 08 empreendedores passaram a produzir alimentos devido ao curso estudado e 12 deles passaram a produzi-los por ter sido um *hobby*, inicialmente.

Quanto ao *elemento econômico*, da **dimensão transformações**, os empreendedores emergiram ou se adaptaram a uma nova forma de gerar renda para si, seus familiares, demais colaboradores e sócios. Conforme se observa na amostra, 19 dos respondentes iniciou a produção para complementar a sua renda pessoal e 19 para complementar a renda familiar. Conforme Baggio e Baggio (2014) referem, empreender também é agir proativamente diante do que necessita ser resolvido. No caso dos pequenos produtores, implementaram uma solução de complementação e geração de renda com os empreendimentos.

No *elemento social* da **dimensão transformações**, 06 empreendedores relatam que a produção de alimentos acontece para dar continuidade a uma tradição familiar, ou seja, há uma história por trás deste processo. 09 deles responderam que o empreendimento tem intuito de difundir a história/cultura dos alimentos. Zuin e Zuin (2008) falam que o alimento comunica uma história, devido à cultura e tradição a que estão associados. Quando o projeto social foi criado, acreditava-se que todos os participantes teriam este perfil, contudo, se percebeu que a produção de alimentos para valorizar e manter a receita passada de geração em geração corresponde a um pequeno grupo de empreendedores (ENTREVISTA, 2020).

Também no *elemento social*, do total dos 28 respondentes, 25 deles sentem-se realizados profissionalmente e apontam que produzir alimentos lhe proporcionou satisfação pessoal. 21 deles ainda concorda que trabalhar com o empreendimento lhe trouxe benefícios à saúde. Integram-se socialmente com outros produtores de alimentos e demais *stakeholders*, transformando relações. Vieira et al (2018) esclarecem que com a inovação social ocorrem muito mais que transformações na sociedade, pois se tem no seu centro uma diversidade de técnicas de ensino e de conversas de temas de conhecimentos múltiplos.

Ainda sobre as mudanças apresentadas no *elemento social*, 19 empreendedores responderam que concordam que alcançaram maior renda com a produção, 14 concordam que lhe foi proporcionada estabilidade financeira e para 18 deles o empreendimento proporcionou qualidade de vida. A inovação social acontece quando atores sociais com foco em responder a um desejo, solucionando demandas ímpares ou se beneficiando de oportunidades que surgem (BOUCHARD, 2012).

Dentro da **dimensão transformações** verifica-se que atualmente os empreendedores participam do ciclo econômico de sua região, 12 respondentes gerando empregos, 16 ampliando e movimentando o comércio, além de pagarem impostos. Ainda, 18 empreendedores acreditam que ajudam a valorizar suas comunidades devido a tais relações de trabalho.

As novas relações de produção e consumo possibilitam, dentro do *elemento social* da **dimensão transformações**, hábitos alimentares aos clientes e aos próprios produtores de alimentos, conforme suas respostas: caseiros (22 respondentes), saudáveis (20 respondentes) e orgânicos (12 respondentes). João (2014) menciona sobre a inovação social que a coprodução

auxilia na retirada da barreira de resistência, e ainda de forma simultânea cria confiança na comunidade em que se está inserida, tornando rápida a sua acolhida e divulgação.

Ao se analisar a **dimensão caráter inovador**, identifica-se na amostra respondente que, 18 dos empreendedores discordam que o trabalho formal tenha sido um fator decisivo para implementarem seu atual *modelo* de trabalho, 20 deles discordam que tenha sido devido a desligamento involuntário de trabalho formal. Para alguns dos pequenos produtores empreender foi um experimento completamente diferenciado de sua formação, profissão ou função que exercia anteriormente.

Na **dimensão inovação**, quanto ao *elemento propósito*, percebe-se que os empreendedores estão proporcionando o bem comum para as comunidades em que estão inseridos, pois disponibilizam alimentos saudáveis e/ou caseiros para o consumo. Arruda (2017, p. 113) explica que em seu estudo a inovação social está associada a maneiras sustentáveis de se manter, de fabricar e de utilizar os recursos nas comunidades, ampliando o patrimônio social e humano e o tornando capaz de preservar os recursos naturais.

A **dimensão inovação**, quando se refere ao *elemento escala*, explica que inicialmente, ela é sempre local, e sendo bem-sucedida, podendo ser replicada (BIGNETTI, 2011). Sobre os produtos produzidos, 08 empreendedores relatam que seus empreendimentos são conhecidos em outras regiões, tendo empreendimento conhecido em todo o Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Consequentemente, ocorreu a valorização da comunidade e da cultura local.

Em relação à **dimensão atores**, observa-se que 19 dos 28 empreendedores relatam que para a formação do empreendimento houve apoio de *instituições* de ensino/universidades. Dos 28 respondentes, 18 relatam que costumam trocar ideias com outros empreendedores, e ainda têm aqueles que participam de grupos específicos com tal intuito, como o projeto Gestão em Empreendimentos Produtores de Alimentos em Pequena Escala.

Examina-se que 14 empreendedores discordam ter tido apoio de associações de bairro, 15 deles discordam sobre ter recebido apoio de empresas, 14 discordam de ter obtido apoio de atores financiadores. Oliveira (2017), baseado em Altieri, recomenda aos consumidores contribuírem com os pequenos produtores comprando os produtos, recordando-se que ajudam assim a formar uma forte economia local e que são atores muito importantes para a expansão e transmissão da inovação social.

Quanto à **dimensão processo**, no *elemento modo de coordenação*, 15 dos 28 empreendedores tomam as decisões sobre os empreendimentos sozinhos. A maioria dos respondentes realiza a maior parte dos processos sozinhos e sente que tem mais talento para um, dois ou três processos apenas. Além disso, como foi relatado na entrevista “quem produz é a mesma pessoa que vende que é a mesma pessoa que faz os pedidos, que é a mesma pessoa que tem que limpar tudo depois” (ENTREVISTA, 2020).

Na **dimensão processo**, sobre o *elemento restrições*, desenvolver o plano de negócios, de acordo com 17 empreendedores, se apresenta como a principal dificuldade para implementarem o empreendimento. Inclusive, é relatado pela professora entrevistada que

[...] o ideal seria planejar primeiro para depois começar a fazer, mas na vida real, todo mundo começa a fazer para depois pensar em planejar. E aí faz um investimento que às vezes não era necessário, depois não tem como pagar. Não consegue fazer estudo de mercado, não consegue calcular o preço daí vai produzindo e vendendo, mas aí se não tá no preço adequado uma hora vai quebrar (ENTREVISTA, 2020).

Também se verificou no *elemento restrições*, que obter licença sanitária, de acordo com 10 respondentes e licença dos bombeiros, de acordo com 08 respondentes, se encontram como

dificuldade parcial para implementação do empreendimento. As restrições impostas pelas políticas públicas, segundo 12 respondentes aparece como empecilho para implementar ou manter o empreendimento. Como exemplo, tem o caso relatado pela entrevistada, sobre o produtor de brotos vegetais que recebeu informações incompatíveis com a sua realidade de produção e acabou recorrendo a Universidade para ajudá-lo a regularizar a sua produção.

Para 11 empreendedores, realizar o curso de boas práticas alimentares, se encontra como um gerador de tensão ao iniciar a produção. Normatizações e regulamentos encontrados nas políticas públicas podem ser dilemas para colocar em prática os planos (TARDIF; HARRISSON, 2005). As políticas públicas também podem ser potencializadores da inovação social quando as autoridades responsáveis trabalham em conjunto com a comunidade.

Como complexidade para implementar o empreendimento, para 14 dos respondentes houve dificuldade de conseguir um financiamento ou empréstimo para capital de giro. Para manter o empreendimento, 09 dos respondentes apontam tal fato como dificuldade.

No Quadro 01 apresenta-se uma síntese dos elementos da inovação social encontrados na análise dos resultados.

Quadro 01: Elementos da inovação social encontrados na análise dos resultados

Dimensões de análise	Elementos da dimensão	Achados da pesquisa
Transformações	Contexto macro/micro	- O início da produção de alimentos aconteceu pelo desejo de empreender, pelo curso estudado e por ter sido um <i>hobby</i> .
	Econômico	- Os empreendedores emergiram ou se adaptaram a uma nova forma de gerar renda. - Geram empregos e movimentam o comércio, além de pagarem impostos. Ajudam a valorizar suas comunidades devido a tais relações de trabalho
	Social	- Para alguns empreendedores a produção de alimentos acontece para dar continuidade a uma tradição familiar. - Sentem-se realizados profissionalmente e também apontam que produzir alimentos lhe proporcionou satisfação pessoal. - Alcançaram maior renda com a produção, estabilidade financeira e qualidade de vida. - Hábitos alimentares aos clientes e aos próprios produtores, como os de encontrar para consumo: produtos caseiros, saudáveis e/ou orgânicos.
Caráter inovador	Modelo	- O trabalho formal (CLT) não foi um fator decisivo para implementarem seu atual modelo de trabalho.
	Economia	- Resultado do conhecimento aplicado.
	Ação social	- Empreender foi um experimento completamente diferenciado da formação, profissão ou função que exercia anteriormente.
Inovação	Escala	- Alguns empreendimentos são conhecidos em todo o Rio Grande do Sul e em Santa Catarina.
	Tipos	- O empreendimento se trata de uma inovação organizacional.
	Propósito	- Bem comum para as comunidades em que estão inseridos.
Atores	Sociais	- Costumam trocar ideias com outros empreendedores, e ainda têm aqueles que participam de grupos específicos.
	Organizações	- Discordam sobre ter recebido apoio de empresas.
	Instituições	- Houve apoio de instituições de ensino/universidades. - Não relatam apoio de órgãos públicos.
	Intermediários	- Os próprios clientes.
Processos	Modo de coordenação	- A maioria dos respondentes toma as decisões sobre os empreendimentos sozinhos e realiza a maior parte dos processos sozinhos também.

	Meios	- Parcerias nos grupos de trocas de ideias, inclusive para negociação e difusão.
	Restrições	- Dificuldade em desenvolver o plano de negócios, obter licença sanitária e licença dos bombeiros. - Realizar o curso de boas práticas alimentares se encontra como um gerador de tensão na hora de iniciar a produção. - Dificuldade de conseguir um financiamento ou empréstimo para capital de giro.

Fonte: dados coletados em 2020

Como se observa no Quadro 01 foram encontrados todos os elementos das dimensões da inovação social através das respostas dos empreendedores ao questionário. Algumas dimensões têm mais elementos presentes, como o caso da dimensão transformações e processos, todavia, todos os elementos estão presentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi identificar elementos de inovação social junto aos produtores de alimentos em pequena escala beneficiados por um projeto social da Universidade Feevale. Os elementos foram identificados e detalhados ao longo dos resultados apresentados nessa pesquisa, que teve como ponto de partida as dimensões da inovação social definidas por Tardif e Harrison (2005).

O projeto de extensão atua e auxilia nas atividades desenvolvidas pelos produtores de alimentos em pequena escala beneficiados, de modo que seus empreendimentos possam estar devidamente regularizados, de acordo com as normas legais de produção e comercialização.

Os empreendimentos são fonte de renda para o empreendedor e para familiares. Os produtores de alimentos atendidos pelo projeto formam um grupo diversificado quanto à idade, escolaridade e composição familiar, sendo a maioria da amostra mulheres com um filho e que residem na cidade de Novo Hamburgo. Destaca-se que o empreendimento tem possibilitado que muitos dos respondentes sejam responsáveis sozinhos pela renda familiar.

Identificaram-se elementos das cinco dimensões da inovação social: transformações, caráter inovador, inovação, processo e atores. Contudo, elementos das dimensões transformações e processos são os que mais se destacam na amostra. Quanto à dimensão transformações, se observa que o impacto causado por produzir os alimentos modificou muitas realidades de vidas, pois trouxe realização profissional, satisfação pessoal e qualidade de vida para a maior parte dos produtores, assim como para seus familiares. O empreendimento estabelecido na comunidade também movimentou o comércio do local.

Sobre a dimensão processos, infelizmente o principal destaque se encontra no elemento restrições, pois para estar de acordo com as normas e regulamentos da produção de alimentos exige-se muito mais do que para regularizar outros empreendimentos de mercados diversos. Com certeza, é necessária a vigilância e cuidados com os alimentos comercializados, afinal afetam diretamente a saúde de quem os consome, porém é preciso simplificar e facilitar o acesso às informações aos empreendedores.

A principal limitação encontrada foi obter respostas do questionário. Também o fato dele ser extenso verifica-se como uma limitação, porém somente desse modo a análise pode ser validada, permitindo que fosse possível obter resultados. Como parte do próprio questionário, já se verificou quem poderá participar de uma ampliação do estudo para o próprio projeto da universidade, devido à relevância da inovação social.

Por fim, é necessário frisar que este estudo foi uma possibilidade de relacionar o ensino, a pesquisa e a extensão, que são os três pilares da universidade. Ressalta-se, com esse estudo, a importância dos projetos sociais desenvolvidos pela Universidade junto às comunidades e salienta-se a importância do envolvimento dos acadêmicos nesses projetos, já que amplia os conhecimentos aprendidos em sala de aula e torna a sua formação mais completa.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, Manuela Rösing; VIEIRA, Luciana Marques; TONDOLO, Rosana da Rosa Portella; TONDOLO, Vilmar Antonio Gonçalves. Uma Visão Geral Sobre a Pesquisa em Inovação Social: Guia Para Estudos Futuros. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation**, v.4, n.2, 385-402, jan/abr, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/bbr/v14n4/pt_1808-2386-bbr-14-04-0385.pdf. Acesso em: outubro/2018.
- ANDRÉ, Isabel; ABREU, Alexandre. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, Lisboa, XLI, 81, p. 121-141, 2006. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/26832047.pdf>. Acesso em: outubro/2018.
- ARRUDA, Amilton J.V. **Design & inovação social**. São Paulo: Blucher, 2017.
- BAGGIO, Adelar Francisco; Daniel Knebel, BAGGIO. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, p. 25-38, 2014.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; Neide Aparecida de Souza, LEHFELD. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Person Prenteci Hall, 2007.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo/RS, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040. Acesso em: agosto/2018.
- BRASIL. Decreto-Lei 399, de 30 de abril de 1938. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-399-30-abril-1938-348733-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: agosto/2018.
- BOUCHARD, Marie. J. Social Innovation, an analytical grid for understanding the social economy: the example of the Québec housing. **Services Business**, v.6, p. 47-59, 2012.
- CARTOCCI, Carla Maria. **Produção e Industrialização de Alimentos**. Universidade de Brasília, 2009. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=621-producao-e-industrializacao-de-alimentos&Itemid=30192. Acesso em: outubro/2018.
- CORREIA, Suzanne Érica Nóbrega; OLIVEIRA, Verônica Macário de; FEITOSA, Maria José da Silva; GOMÉZ, Carla Regina Pasa. Inovação Social para o Desenvolvimento Sustentável: um caminho possível. **Administração Pública e Gestão Social**, Campina

Grande, Paraíba, 10 (3), 199-212, jul.-set, 2018. Disponível em: file:///C:/Users/josemar/Downloads/Correia_Oliveira_Feitosa_G%C3%B3mez_2018_Inovacao-Social-para-o-Desenvo_50023.pdf. Acesso em: outubro/2018.

DENTZ, Berenice Giehl Zanetti von. A produção artesanal de comida tradicional como patrimônio imaterial: perspectivas e possibilidades. **RIVAR** vol. 4, n 11. 92-116, Mayo 2017. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/4695/469550538006.pdf>. Acesso em: outubro/2018.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS - DIEESE. **Metodologia da Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos**. Janeiro de 2016. São Paulo: 2016. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica2016.pdf>. Acesso em: agosto/2018.

_____. **Pesquisa nacional da Cesta Básica de Alimentos**. Salário mínimo nominal e necessário. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salariominimo.html>. Acesso em: setembro/2019.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

FEEVALE. **Projeto visa auxiliar produtores de alimentos em pequena escala**, Novo Hamburgo/RS, 2016. Disponível em: <https://www.feevale.br/acontece/noticias/projeto-visa-auxiliar-produtores-de-alimentos-em-pequena-escala>. Acesso em: outubro/2018.

_____. **Área: Tecnologia**. Disponível em: <https://www.feevale.br/pesquisa-e-extensao/programas-e-projetos-sociais/tecnologia>. Acesso em: outubro/2019.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Tradução: Lopes, Magda. Porto Alegre: Penso, 2013.

GALLO, Carmine. **Inovação - a Arte de Steve Jobs**. Lua de papel, 2010.

GHIGLIONE, Rodolphe; MATALON, Benjamin. **O Inquérito: Teoria e Prática**. 2ª ed. Oeiras: Celta, 1993.

JOÃO, Iraci de Souza. **Modelo de gestão da inovação social para empresas sociais**. 2014. 152 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FEA-RP/USP). Ribeirão Preto, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NERY JÚNIOR, Néilson. Princípios do processo civil à luz da Constituição Federal. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, 1999.

OLIVEIRA, Cida de. **Agroecologia contraria modelo de 'agricultura do pobre para o rico'**, 2017. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/ambiente/2017/09/a-agroecologia-contra-o-modelo-colonial-da-2018agricultura-do-pobre-para-o-rico2019>. Acesso em: outubro/2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **ONU The Inequality Predicament: report on the world social situation 2005**. Department of Economic and Social Affairs. New York: UN, 2005.

PATIAS, Tiago Zardin; GOMES, Clandia Maffini; OLIVEIRA, Janaina Mendes; BOBSIN, Debora; LISZBINSKI, Bianca Bigolin. Modelos de Análise da Inovação Social: o que temos até agora? **Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation**, v.4, n.2, Janeiro/Abril – 2017. Disponível em: file:///C:/Users/josemar/Downloads/Patias_Gomes_Oliveira_Bobsin_Liszbinski_2017_Modelos-de-Analise-da-Inovacao_47472.pdf. Acesso em: outubro/2018.

PEROVANO, Dalton Gean. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. Curitiba-PR: Editora Intersaberes, 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2 ed., Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2013. Disponível em: <https://bibliotecafeevale.wordpress.com/2013/03/26/e-book-metodologia-do-trabalho-cientifico/>. Acesso em: 22 ago. 2017.

STIGLITZ, J. Innovation: a better way than patents. **New Scientist Magazine**, New York, n. 2569, p. 20, 16 Set. 2006.

SOUZA, Ana Clara Aparecida Alves de; SILVA FILHO, José Carlos Lázaro da. Dimensões da Inovação Social e Promoção do Desenvolvimento Econômico Local no Semiárido Cearense. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD, 2014, Rio de Janeiro/RJ. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2014.

STADLER, Adriano (Org.); ARANTES, Elaine; HALICKI, Zélia. **Empreendedorismo e responsabilidade social**. 2 ed. rev. Curitiba: InterSaber, 2014.

TARDIF, Carole; HARRISSON, Denis. **Complémentarité, convergence et transversalité: la conceptualization de l'innovation sociale au CRISES**. In: CRISES. Centre de Recherche Sur Les Innovations Sociales. Cahiers du CRISES. Quebec, 2005. Disponível em: http://crises.uqam.ca/upload/files/publications/etudes-theoriques/CRISES_ET0513.pdf. Acesso em agosto/2018.

TAYLOR, James B. Introducing Social Innovation. **The Journal of Applied Behavioral Science**, First Published March 1, 1970. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002188637000600104>. Acesso em agosto/2018.

VERONEZE, N. F, Jéssica; GONÇALVES, C, Rafael. Implementação do Manual de Boas Práticas de Fabricação: um Estudo de Caso em uma Panificadora de Pequeno Porte. In: VI

JORNADA DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - 2016, Tangará da Serra/MT. **Anais...**
Tangará da Serra: VI JOEP, 2016.

VIANA, Hildebrando Mazzardo Marques. **Produção de alimentos orgânicos e perspectiva de atores não consumidores sobre canais de distribuição, na cidade de Porto Alegre/RS.** 2017. 53f. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

VIEIRA, Naldeir dos Santos; BARBOSA, Allan Claudius Queiroz; PARENTE, Cristina Clara Ribeiro; LOPES; Daniel Paulino Teixeira. Contribution to Social Innovation Theory and Practice: Lessons from a Portuguese Association. **Administração Pública e Gestão Social**, Teófilo Otoni, MG 10(1), p. 12 – 21, jan.-mar. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZUIN, Luís Fernando Soares; ZUIN, Poliana Bruno. Produção de Alimentos Tradicionais contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **G&DR**, Taubaté, SP, v. 4, n. 1, p. 109-127, jan-abr/2008. Disponível em: <http://www.rbgdr.net/012008/artigo5.pdf>. Acesso em: outubro/2018.