

A SUSTENTABILIDADE DO SETOR PRODUTIVO VITIVINÍCOLA BRASILEIRO IMPULSIONADO PELA INOVAÇÃO SOCIAL

Margarete Luisa Arbuseri¹ Maria Emilia Camargo² Antonio Jorge Fernandes³
Maria Elisabeth Pereira⁴

¹Programa de Pós-Graduação em Administração e Departamento de Engenharia Gestão e Turismo- PPGA e DEGEIT-
margamenegotto@hotmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Administração - Universidade de Caxias do Sul – UCS – Caxias do Sul –
Brasil
mariaemiliappga@gmail.com

³ Departamento de Engenharia Gestão e Turismo- DEGEIT-Aveiro – Portugal
afer@ua.pt

⁴ Departamento de Engenharia Gestão e Turismo- DEGEIT-Aveiro – Portugal
melissa@ua.pt

Resumo

A Inovação Social e sua aplicação tem um interesse crescente pelas organizações pois a mesma fornece evidências para a tomada de decisão de todos os elos da cadeia produtiva. Decisões que buscam encontrar soluções inovadoras em problemas comerciais e da comunidade como um todo. Faz-se necessário verificar o alcance do bem social e da mudança sustentável beneficiando a cadeia produtiva. Desta forma busca-se com esta pesquisa demonstrar a sustentabilidade impulsionada pelas inovações sociais dentro da cadeia produtiva vitivinícola do RS. A inovação social é multifacetada e um aspecto vital de um novo paradigma de inovação, "paradigma da inovação pós-industrial", que a inclui como uma faceta integral e não obstante estar em análise de ganhos de bem-estar individual e esses ganhos geram valor social. Utilizou-se das entrevistas com atores e após realizou-se uma análise de conteúdo qualitativa, combinando os resultados com insights dos diferentes atores. Constatou-se que as inovações por meio do desenvolvimento de protótipo de aplicações que demonstram o impacto das inovações dentro de todos os elos da cadeia produtiva vitivinícola, bem como da cadeia farmacêutica e da enogastronomia, tendo os benefícios da inovação abrangendo desde os fornecedores produtores rurais da região estendendo-se ao consumidor final global.

Palavras-chave: inovação social; cadeia produtiva vitivinícola; processo da inovação social; sustentabilidade.

1 Formatação geral

O Embora a ideia de um processo linear claramente definido, começando com a ciência e a investigação e terminando com produtos comercializáveis e serviços, pode ter sido em primeiro plano na década de 1980 (CORTE, 1988), os resultados da investigação nos anos 1990 tornou cada

vez mais claro que as inovações envolvem um complexo processo social no qual a interação entre a rede do tipo múltiplo e as partes no processo de inovação desempenha um papel central de desenvolvimento e de sustentabilidade.

Este tipo de processo de mudança, que envolve toda a estrutura institucional e a forma associada de pensar, bem como os pressupostos básicos pode ser interpretada em termos do desenvolvimento de um novo paradigma de inovação (BULLINGER, 2006). Esta abordagem abre fundamentalmente novas perspectivas sobre problemas reconhecidos e assim desbloqueia simultaneamente novas possibilidades de ação. Especialmente à luz das confusões básicas e paradoxais em política de inovação. Esse tipo de interpretação da mudança atual pode abrir novas perspectivas sobre inovação.

Em face da mudança social, a partir de uma sociedade industrial para a do conhecimento, isto implica nas estruturas econômicas e sociais da sociedade moderna. Há muitas indicações de sinalização de uma mudança fundamental no paradigma de inovação, que pode ser detectado pela demanda dos consumidores onde os mesmos não avaliam somente o preço, mas a qualidade do produto e o impacto em suas vidas. Novo setor econômico e industrial está cada vez mais determinados a olhar a economia e a sociedade e a sua mudança e nos modos de produção e inovação.

Como tal, as novas formas de produção e culturas de inovação em escala global têm desenvolvido que o centro em "gestão de parceiros como estratégica função da empresa" é de suma vitalidade (BOES; TRINKS, 2007, p. 86). A abertura do processo de inovação para a sociedade é uma característica dessas mudanças (FORA, 2009). Empresas, escolas técnicas e institutos de pesquisa não são os únicos agentes relevantes no processo de inovação. Os cidadãos e os clientes não servem mais como fornecedores para informações sobre suas necessidades (como em gestão da inovação tradicional); eles fazem contribuições para o processo de desenvolvimento de novos produtos para resolver os problemas.

"Estruturas sociais participam da mudança na prática social e ambiental" (LEGGEWIE; WELZER, 2009, p. 203) são fundamentais na busca de possíveis soluções. Portanto trata-se centralmente a capacidade das sociedades para pensar em longo prazo, estarem dispostos a reavaliar os valores centrais e rever o s seus próprios estilos de vida (DIAMOND, 2008, p. 646). Além da necessidade de extensa mudança cultural, a atenção no discurso da sustentabilidade nas ciências sociais e áreas multidisciplinares tem cada vez mais se deslocando para inovações sociais, conforme (HOWALDT; SCHWARZ, 2010), necessárias nas áreas de: a) estruturas de governança (HEIDENREICH, 1997; NEWIG et al. 2008); b) política (LANGE, 2008; GIDDENS, 2009); c) regulamentação (BAURIEDL; WISSEN, 2002); d) instituições (MINSCH; MAISTER, et al., 1998; VOSS, REGINE e FRANK, 2002); e) economia e do trabalho (LINNE; SCHWARZ, 2003; BURSCHEL; LOSEN; WIENDL, 2004; BMBF, 2002; DIW; WI; WZB; 2000); f) comportamento do consumidor, o estilo e nível de consumo (FICHTER; NOACK, et al., 2006) e g) regimes de uso e sistemas e orientação para a utilização associada a um serviço eficiente e complexo dos sistemas de inovações (KONRAD e NILL, 2001; KIPER e SCHÜTTE, 1998; FITCHER, 2009).

Neste cenário percebem-se movimentos entre as organizações no sentido de evidenciarem os relacionamentos como fator competitivo. Estes relacionamentos podem ser entre indivíduos ou empresas que possuem interesses similares e percebam que com a interação e confiança adquirem força diante do conflito e das dificuldades mundiais. Os autores Coleman (1988) e Putnam (1993) apontam que a inovação social pode ser percebida nos processos nos níveis individuais, locais e regionais, bem' como internacionais, entre diversos atores no desenvolvimento econômico e social.

2 Referencial teórico

Parte-se do pressuposto de que a inovação social, tem uma natureza não mercantil, um caráter coletivo com o objetivo último de gerar mudança social através da satisfação de

necessidades humanas que o mercado não pode garantir, da promoção da inclusão social e da capacitação de agentes ou atores em situação, potencial ou efetiva, de exclusão social (ANDRÉ e ABREU, 2006; MULGAN, 2007).

A relevância da inovação social advém da crescente complexidade nos processos de exclusão e desigualdade social que, em última análise, são responsáveis pela erosão dos recursos naturais dos mercados, sendo assim importante a realização de estudos que incluam a inovação social como uma variável para se analisar o desempenho organizacional (WESTLEY, 2008).

Além dos recursos naturais deve-se levar em consideração os recursos humanos pois estes podem ter um impacto no desempenho econômico das organizações (GRANT, 1991; BECKER; GERHART, 1996) dado que é através do desenvolvimento dos seus recursos humanos que as empresas criam competências internas e demonstram melhores performances organizacionais (SAA-PEREZ; GARCIA-FALCON, 2002).

De forma mais genérica, as competências são capacidades para estruturar e orientar conjuntos de recursos para fins produtivos que potencialmente forneçam à empresa uma vantagem competitiva (CHRISTIENSEN, 1996). Trata-se de capacidade gerencial de ordem superior da empresa para mobilizar, harmonizar e desenvolver recursos e capacidades para criar valor e vantagem competitiva.

2.1 Inovação social

Para melhor compreender o processo de desenvolvimento econômico, em âmbito histórico e dependente do percurso original, Arend (2004, p. 72) expõe que o processo de desenvolvimento econômico, que procura transmitir a ideia da necessidade de cooperação/colaboração entre os agentes do mesmo arranjo institucional.

Cada vez mais os processos inovadores revestem-se de um caráter multidisciplinar, onde se torna muito importante compreender as principais motivações e dimensões de análise que melhor os caracterizam, tendo em conta um determinado contexto de aplicação. Em Rodrigues (2006) é feita uma análise da teoria da inovação onde são apresentadas três dimensões de análise que conferem à inovação um caráter multifacetado: a) a dimensão intensidade da inovação, que se relaciona com o grau de novidade subjacente; b) a dimensão tecnológica que se relaciona com o grau de incidência dos meios tecnológicos no processo inovativo; e c) a dimensão espaço de intervenção que se encontra relacionada com a abrangência que os processos de inovação têm na empresa, cluster ou setor de negócio.

Ao se considerar este conjunto de dimensões de análise da inovação (HERTOG; BILDERBEEK, 1999) como fatores de influência para o desenvolvimento de processos inovadores, facilmente se compreende que a sua combinação pode originar diversas formas através das quais a inovação se pode desenvolver. Como suporte a estes processos, é de realçar a importância de um conjunto de aspectos basilares para o desenvolvimento de uma cultura de inovação que ultrapasse as fronteiras das atividades formais de investigação e desenvolvimento, e onde as capacidades de gestão, questões de mercado e aspectos organizacionais desempenham um papel decisivo (SIMÕES, 1997; SIMÕES, 1999).

Para Murray, Mulgan e Caulier-Grice (2008), a inovação é acionada mediante algumas variáveis crise e eficiência econômica. A necessidade de reduzir a despesa exige frequentemente serviços a serem planejados e realizados em novas formas. Grandes cortes raramente podem ser alcançados através de medidas de eficiência tradicionais. As variáveis citadas por Murray, Mulgan e Caulier-Grice (2008) trazem uma reflexão sobre o conceito de inovação e da construção do conceito de inovação social, os quais os autores definem como:

Howaldt e Schwarz (2010), uma inovação social é uma nova combinação e/ou uma nova configuração de práticas sociais em determinadas áreas de ação ou contexto social promovidas por determinados atores com o objetivo de melhor satisfazer ou responder às necessidades e problemas da sociedade. Escobar e Morales (2011). A inovação social é a criação de soluções originais que

beneficiam a sociedade e contribuem para o desenvolvimento sustentável. Surge através de ações colaborativas, entre os setores (setor público, privado e o terceiro setor), que dão origem ao que eles chamaram de “quarto setor”, voltado à inovação social.

Lubelcová (2012) Uma nova ideia ou nova abordagem, para a solução de problemas sociais. Envolve mudanças de valores, atitudes e opiniões. Seu desenvolvimento está associado às interações entre instituições, como mercados, estado e sociedade civil, havendo a necessidade de governança dessas inter-relações. Caulier, Davies e Norman, (2012) Inovações sociais são novas soluções (produtos, serviços, modelos, mercados, processos, etc.) que atendem simultaneamente a uma necessidade social (de forma mais eficaz do que as soluções existentes) e levam a novas ou melhoradas capacidades e relações e / ou melhor utilização dos ativos e recursos. Em outras palavras, as inovações sociais aumentam a capacidade da sociedade para agir.

Ossani (2013) A inovação social pode ser resultado de combinações de elementos já existentes e nem sempre, totalmente novos que, ao serem colocados em prática, ultrapassam barreiras organizacionais, setoriais ou disciplinares e fomentam novas relações sociais, entre indivíduos e grupos.

Observa-se que os autores realçam a mudança social quando abordam o conceito de inovação social. No entanto, deve-se esclarecer que nem todo processo de mudança social é necessariamente uma inovação social. A inovação social tem como característica a novidade e a ação intencional orientada para atingir o resultado desejado. Inovações sociais são planejadas, coordenadas e orientadas para o objetivo específico de, por meio de novas práticas sociais, fazer mudanças sociais (HOWALDT; SCHWARZ, 2010).

Lévesque e Crevier (2002) abordam que as inovações sociais são complementadas pelas inovações tecnológicas, ou seja, estas estimulam as inovações sociais e as inovações sociais geram inovações tecnológicas.

Kinder (2010) ainda acrescenta que geralmente o inovador tecnológico necessita de uma visão mais focada a fim de se concentrar no desenvolvimento de produtos, mercados e vendas. Já quem realiza a Inovação Social permite que outros ampliem a sua visão, dado que a inovação social exige um olhar sistêmico e um pensamento lateral.

A inovação social confunde as fronteiras entre o setor público, o setor privado e a sociedade civil e muitas vezes surgem na intersecção dos sectores (PHILLS et al., 2008, NICHOLLS, MURDOCK, 2012). BEPA - BUREAU OF EUROPEAN POLICY ADVISERS, (2011, p. 341) salientam que a inovação social "é sobre o desenvolvimento de soluções inovadoras e novas formas de organização e interações para abordar questões sociais". Assim, a colaboração é uma ética subjacente inovação social. A inovação social pode, portanto, “atender às necessidades sociais, não só através de novas ideias mas também através da criação de novas colaborações, que beneficiam a sociedade, melhorando a ‘capacidade de fato’”(MULGAN, 2012, p. 22).

No entanto, o conceito de alinhar os limites setoriais encapsula mais do que apenas novas formas de colaboração. O processo de desenvolvimento de inovação social, conforme Bruin, e Stangl (2013), como outras formas de inovação, não é linear, mas sim um processo iterativo. Em inovação social, esse processo de adaptação envolve fluído interação entre os setores.

Um fator adicional que influencia a natureza colaborativa multi-setor da inovação social é a crescente oportunidades para as organizações privadas de ver os desafios globais como oportunidades de condução da inovação. Eles deverão encontrar novas oportunidades de negócio através da concepção de soluções para os problemas causados pelo comportamento da humanidade" (FORA, 2009, p. 11). A importância da colaboração multi-setorial na criação de inovação social ainda apoia a nossa inclusão de inovação social.

A inovação social que tem o potencial para criar a mudança social em grande escala ocorre na inter-jogo de sociedade civil, pública e privada setores (KANIA; KRAMER, 2011). A multiplicidade de agentes que precisam se engajar efetivamente na resolução dos problemas sociais, especialmente onde as inovações sociais emanam na intersecção dos setores, podem representar um desafio de coordenação.

2.2 Modelos de processo de inovação social

Mulgan (2006) foi um dos primeiros autores a sugerir um processo de inovação social (CUNHA; BENNEWORTH, 2013). Observa-se que a iniciativa para uma inovação social nasce de demandas sociais (EDWARDS-SCHACHTER; MATTI; ALCÁNTARA, 2012), e que o esforço para a junção dos atores é muito mais acirrado em virtude do maior número de componentes e da complexidade de formar e organizar a rede (JULIANI, JULIANI, et al., 2014). Por seu lado, Rollin e Vicent (2007) acrescentam as capacidades necessárias dos atores envolvidos e o resultado do processo de inovação social.

Conforme Leggewie e Welzer (2009, p. 203), “estruturas sociais participam da mudança na prática social e ambiental que são fundamentais na busca de possíveis soluções”. Portanto, trata-se centralmente a capacidade da sociedade para pensar a longo prazo, estar disposto a reavaliar os valores centrais e rever os seus próprios estilos de vida (DIAMOND, 2008, p. 646). Além da necessidade de extensa mudança cultural, a atenção no discurso da sustentabilidade nas ciências sociais e áreas multidisciplinares estão, cada vez mais, deslocando-se para inovações sociais. Conforme (HOWALDT; SCHWARZ, 2010). São necessárias nas seguintes áreas de:

- a) estruturas de governança (HEIDENREICH, 1997; NEWIG; FRITSCH, 2009);
- b) política (LANGE, 2008; GIDDENS, 2009);
- c) regulamentação (BAURIEDL; WISSEN, 2002);
- d) instituições (MINSCH et al., 1998; VOSS; REGINE; FRANK, 2002);
- e) economia e do trabalho (LINNE; SCHWARZ, 2003; BURSCHEL; LOSEN; WIENDL, 2004; BMBF, 2002; DIW; WI; WZB, 2000);
- f) comportamento do consumidor, o estilo e nível de consumo (FICHTER et al., 2006);
- g) regimes de uso e sistemas de orientação para a utilização associada a um serviço eficiente e complexo dos sistemas de inovações (KONRAD; NILL, 2001; KIPER; SCHÜTTE, 1998; FITCHER, 2009).

O desenvolvimento sustentável a longo prazo necessita de ações de longo alcance relacionado à mudança "dos hábitos" (BMU, 1992) que explicitamente aborda mudanças radicais que vão muito além das inovações técnicas ao nível da política, da direção, bem como das práticas sociais.

Assim, partindo-se do pressuposto de que a inovação social tem uma natureza não mercantil, um caráter coletivo com o objetivo último de gerar mudança social através da satisfação de necessidades humanas que o mercado não pode garantir, da promoção da inclusão social e da capacitação de agentes ou atores em situação, potencial ou efetiva, de exclusão social (ANDRÉ; ABREU, 2006; MULGAN, 2007).

A relevância da inovação social advém da crescente complexidade nos processos de exclusão e desigualdade social que, em última análise, são responsáveis pela erosão dos recursos naturais dos mercados, sendo assim, importante a realização de estudos que incluam a inovação social como uma variável para se analisar a sustentabilidade de uma cadeia produtiva (WESTLEY; ZIMMERMAN; PATTON, 2008).

3 Metodologia

De acordo com Marconi e Lakatos (2008), todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos. De um modo geral, o método é um conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões.

O método adotado neste estudo foi o indutivo, definido por Marconi e Lakatos (2008) como aquele que busca conhecer as particularidades de uma população, para posteriormente compreender como esta se comporta e, assim, poder traçar um perfil.

Neste sentido, buscou-se junto aos documentos, atas e relatos produtores rurais, empresários, enólogos e trabalhadores assalariados das vitivinícolas da cadeia produtiva vitivinícola identificar os mecanismos de sustentabilidade impulsionada pelas inovações sociais dentro da cadeia produtiva vitivinícola do RS.

A classificação de uma pesquisa quanto à natureza posiciona o estudo para a criação de teorias ou a verificação de como as teorias existentes é aplicada em uma população específica. O presente estudo trabalhou com uma população pré-definida, que se refere aos dois elos (produtores de uva e as vitivinícolas), sendo que dentro dos elos das vinícolas encontram-se os atores empresários, funcionários e enólogos.

Este tipo de pesquisa é denominado como aplicada, a qual, de acordo com Silva e Menezes (2001), objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos. Para que fosse possível obter a resposta ao problema de pesquisa utilizou-se a abordagem qualitativa. A pesquisa qualitativa, referindo-se a interpretação dos fenômenos, ocorre através da interação constante entre as observações e a formulação conceitual, ou seja, entre a pesquisa empírica e o balizamento teórico, entre a percepção e a explicação (BULMER, 1977). Na pesquisa foram utilizadas a entrevista e a observação.

Quanto ao objetivo a pesquisa é descritiva. Conforme Gil (1996), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis. Esta pesquisa buscou observar, registrar e analisar os fenômenos como exemplo: com que frequência acontece, qual a estrutura que possuem, como funcionam, implicando na realização de observações sistemáticas e não participantes. A população pesquisada foi delimitada em função do cadastro do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN)- Região Sul Brasil, com atores participantes da Cadeia Produtiva Vitivinícola da Serra Gaúcha, pois dentre os sete polos vitivinícolas instalados nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Pernambuco, Bahia e Minas Gerais, este possui maior representatividade com cerca de 40 mil hectares de vinhas e mais de 600 unidades vinificadoras.

Delimitou-se a pesquisa no estado do Rio Grande do Sul, na Serra Gaúcha, onde se contemplou os municípios de Caxias do Sul, Bento Gonçalves, Farroupilha e Flores da Cunha, em virtude da sua representatividade na cadeia vitivinícola, em termos de produção de matéria-prima, industrialização, prestadores de serviços especializados (enólogos).

Ao iniciar a análise da cadeia produtiva propriamente dita, faz-se necessário a identificação do segmento produtivo específico, em função das diferentes características e condicionantes particulares que podem estar envolvidos (HANSEN, 2004). As cadeias possuem diferentes fatores competitivos em nível de mercado consumidor e sofrem diferentes influências de aspectos internos às empresas (incluindo a gestão, a inovação, os recursos humanos e a produção), de aspectos estruturais (incluindo a configuração da indústria, as características de mercado e o regime de incentivos e regulação da concorrência) e de aspectos de natureza sistêmica (envolvendo os fatores infraestruturais, os político institucionais, os sociais e os legais-regulatórios), conforme abordado por Coutinho e Ferraz (1995).

Após a análise dos dados coletados procedeu-se com a construção dos resultados buscando a construção e famílias para a análise de conteúdo, que conforme Bardin (2005) faz se necessário estruturar o caminho da análise por mais grupos de palavras, chamadas de família.

4 Discussão dos resultados

O conjunto de inovações desenvolvido nas vitivinícolas tem como uma das principais forças impulsionadoras a cooperação de vários parceiros públicos e privados, sendo as universidades e institutos de pesquisa as organizações com maior grau de envolvimento nas ações voltadas para esta finalidade, principalmente no que tange a P&D e assistência técnica.

Pode-se verificar que há diferenças relacionadas aos stakeholders. Na inovação de negócio, o principal interessado é a empresa, sendo o atendimento aos seus interesses a principal preocupação do inovador. Já no caso da inovação social, a relação é mais complexa, uma vez que a inovação social tem a necessidade de satisfazer o interesse da empresa, da comunidade, dos doadores, dos voluntários, do governo e outros, ou seja, conforme Lettice e Parekh (2010) se faz necessário gerenciar prioridades diferentes e em alguns momentos conflitantes.

A inovação social oferece meios pelos quais reimaginar, recalibrar e introduzir maior resiliência nas instituições. Constitui-se como parte de um amplo movimento de uma sociedade baseada no conhecimento, onde a inovação é amplamente difundida e enriquecida pelo seu compartilhamento na geração de soluções.

Essas soluções tendem a reunir pessoas para desenvolver soluções, é chamado de “co-design” e essas abordagens estão sendo usadas dentro do setor para re-desenhar os serviços e produtos. Desta forma, os usuários são chamados para identificar a sua necessidade e expor as ideias sobre a melhor forma de atingi-los. Um exemplo dessa discussão envolvendo elos e atores da cadeia foi a elaboração do documento Visão 2025, aonde foram estudadas as necessidades, capacidades, que a cadeia possuía e desenharam formas de alavancar a mesma, com a variável sustentabilidade sendo observada.

Observou-se pelos dados analisados as configurações de alguns dos atores da cadeia produtiva vitivinícola nos últimos 60 anos para podermos identificar a construção e a evolução da inovação social e a percepção dos resultados desta na cadeia e entre as cadeias relacionadas.

A criação de recursos específicos é de fundamental importância para as localidades e regiões, estreitando as relações entre os atores do desenvolvimento.

A criação do IBRAVIN, veio como meio regulador da identificação de necessidades ou oportunidades de mudança, formulação de respostas adequadas para essas necessidades ou oportunidades e o desenvolvimento de cursos de ação, tendo a capacidade de uma organização em criar, estender ou modificar sua base de recursos.

Esta reorganização, co-criação, codesigners de idéias inovadoras em processos, produtos, em ambientes multidisciplinares, tem sido realizada em função do comportamento, das habilidades de mudança e inovação, que modificam os processos, rotinas, com o uso de mecanismos de aprendizagem e governança do conhecimento organizada pela Fecovinho e do Ibravin.

Sendo assim, esses atores desempenham papéis fundamentais como orquestradores e facilitadores da inovação social. Na área de viticultura, conforme o presidente da Cooperativa Vinícola Nova Aliança, a preocupação com a melhoria da qualidade e na produtividade, bem como na saúde dos produtores rurais, as indústrias e as cooperativas tem buscado a recondução por meio da contratação de agrônomos e enólogos, para o direcionamento desde a matéria prima até a preparação dos produtos. Conforme o mesmo, essa inovação no processo impacta diretamente na saúde e no bem estar de toda a comunidade, em função da produção mais orgânica, com respeito ao meio ambiente e a comunidade envolvida nesta cadeia.

As empresas encontram dificuldades para iniciar colaborações com determinados indivíduos ou organizações para trocar idéias e co-criar novos campos de negócios. Percebeu-se durante a pesquisa que uma das ações que os atores encontram para superarem esta dificuldade é a junção com outros atores do mesmo elo da cadeia ou de vários elos da cadeia. Essa formação leva em consideração além da necessidade a variável confiança, como constatado nas Redes de Empresas organizadas no setor.

O resultado desta combinação é o fomento dos atores por meio de associações e de novas formas de comercialização e de segurança ao setor, ao produto e ao consumidor final.

Além dos benefícios da comunidade local, estas inovações também impactam no desempenho econômico e financeiro, e direcionando para uma qualidade solicitada para as exportações.

Na cadeia produtiva vitivinícola observa-se que as inovações sociais, como exemplo as resultantes das inovações dos subprodutos (indústria de cosméticos, a indústria farmacêutica) e a

inovação interrelacionadas com outras cadeias, as parcerias, as reconfigurações (enoturismo), conduzem ao bem-estar de uma população local, mas também expande as fronteiras, que abrangem desde o produtor rural, com o incentivo, pesquisa e acompanhamento da produção orgânica até o consumidor final com produtos contendo menos conservantes e produtos químicos, bem como a inovação em produtos que atendam aos clientes finais com restrições alimentares.

5 Conclusões

Para o setor vitivinícola, a abertura econômica possibilitou a entrada de vinhos e uvas de outros países, o que acirrou a competição com os produtores brasileiros. O acirramento da competição global/local obriga os atores a se reorganizarem em redes especializadas, buscando uma reafirmação das vocações econômicas das regiões e localidades. Os esforços dos atores na coordenação territorial se observam através das experiências de governança,

Para colmatar as lacunas existentes nas práticas de negócios, os atores da cadeia vitivinícolas da serra gaúcha se organizaram numa nova relação entre as partes interessadas que não tinham sido consideradas no passado.

Essa inovação traz como resultado uma nova configuração de elementos que vão desde o fornecedor até o cliente final, beneficiando toda uma comunidade. Esta inovação, conforme Ossani (2013), pode ser resultado de combinações de elementos já existentes e nem sempre, totalmente novos que, ao serem colocados em prática, ultrapassam barreiras organizacionais, setoriais ou disciplinares e fomentam novas relações sociais, entre indivíduos e grupos.

As inovações sociais podem assumir duas perspectivas distintas e complementares de acordo com os impactos de inovação social: processo e resultado (NICHOLLS; MURDOCK, 2012). A primeira, de processo, em que adquire contornos semelhantes à noção de inovação aberta. A segunda, do resultado, que se constituiria no desempenho da inovação social traduzido por meio do “valor social” gerado.

Ao se perceber a inovação social sob a perspectiva de um processo, as interações entre os atores sociais promovem a reunião e integração de recursos e capacidades complementares em interações de modo colaborativo tendo com os resultados impactando no desempenho individual, organizacional e regional, agregando valor econômico-financeiro e social, como o caso do Vale dos Vinhedos.

Observou-se que no planejamento da cadeia, esta busca estimular o controle e a realização de metas de longo prazo, de forma a fazer a organização competir, sobreviver e crescer. A gestão do desempenho é projetada a verificar se a organização está conseguindo concretizar sua visão quanto ao que pretende tornar-se, levando-se em conta a linha de base, a longo prazo, é a sobrevivência e o crescimento, pela constante melhoria do desempenho, respeitando os valores e princípios organizacionais. Para o caso empresarial, os lucros viriam como consequência, ou seja o resultado econômico e financeiro dos elos da cadeia repercutem como um retorno da aplicação não somente mercantil, mas envolvendo a demanda, o bem estar, a sustentabilidade e a perpetuidade de cada ator dos elos da cadeia produtiva vitivinícola brasileira.

Percebeu-se durante a pesquisa existir uma lacuna referente a medição do desempenho, onde deve ser realizada com indicadores financeiros e não financeiros pois somente os indicadores financeiros não mensuram a sustentabilidade de uma organização ou de uma cadeia.

6 Referências

- ANDRÉ, I.; ABREU, A. Dimensões e espaços da inovação social. Finis terra, Lisboa, v. XLI, n. 81, p. 121-141, 2006. ISSN 0430-5027.
- BMBF. Forschung für nachhaltiges Wirtschaften Lösungswege für die Praxis. Bonn. 2002.
- BMU. Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro. BMU (ed.). bonn. 1992.

BOES, A.; TRINKS,. Internacional Innovationspartnerschaften in der IT-Branche. In: LUDWIG , J., et al. Arbeitsforschung und Innovationsfähigkeit in Deutschland. Munique: [s.n.], 2007. p. 85-94. ISBN 978-3-86618-135-9. Arbeitsforschung und Innovationsfähigkeit in Deutschland.

BRUIN, A. D.; STANGL, L. M. The Social Innovation Continuum: Towards Addressing Definitional Ambiguity. EMES-SOCENT Conference Selected Papers, Liege, 2013.

BULLINGER, H. J. Verdammt zur Innovation. RKW Magazin, n. 57, Mar. 2006. 12-14. Disponível em: <http://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fileadmin/media/Dokumente/Publikationen/RKW-Magazin_2006-1.pdf>.

BULMER, M. Sociological research methods. London: Macmillan, 1977. ISBN 0-87855-814-4.

BULUT, C.; EREN, H.; HALAC, D. S. Social Innovation and Psychometric Analysis. Procedia - Social and Behavioral Science, v. 82, p. 122-130, Jul. 2013.

CAJAIBA-SANTANA, G. Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. Technological Forecasting and Social Change, v. 82, p. 42-51, Fev. 2013.

CAULIER-GRICE, J. et al. Defining Social Innovation. European Commission – 7th Framework Programme. Brussels, p. 43. 2012. "A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme.

COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, v. 94, p. 95-120, 1988. ISSN ISSN 0002-9602. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2780243>>.

EDWARDS-SCHACHTER, E.; MATTI, C. E.; ALCÁNTARA, E. Fostering Quality of Life through Social Innovation: A Living Lab Methodology Study Case. Review of Policy Research, v. 29, n. 6, p. 672-692, Nov. 2012. ISSN 1541-1338.

ENSSLIN, L. et al. An approach for selecting a theoretical framework for the evaluation of training programs. Journal of European Industrial Training, v. 34, p. 631 - 655, 2010. ISSN 0309-0590.

FITCHER, K. WIE KOMMT DAS NACHHALTIGE IN DIE WELT? Forschungsmagazin der Universität Oldenburg, Oldenburg, n. 49, 2009.

GIDDENS, A. The Politics of climate change. Cambridge, Malden: John Wiley & Sons, 2009.

HANSEN, P. B. Um Modelo Meso-Analítico de Medição de Desempenho Competitivo de Cadeias Produtivas. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/9020/000459101.pdf?sequence=1>>. Tese (Doutorado).

HEIDENREICH,. Zwischen Innovation und Institutionalisierung: Die soziale Strukturierung technischen Wissens. In: BLÄTTEL-MINK, ; RENN , Zwischen Akteur und System: Die Organisation von Innovation. Opladen: Westdeutscher Verlag, v. II, 1997. p. 177-206. ISBN 978-3-663-07728-2.

HOWALDT, J.; SCHWARZ, M. Social Innovation: Concepts, Research Fields And International Trends. IMA/ZLW & IfU – RWTH Aachen University, Aachen, v. 5, n. 1, p. 6098-6101, 2010. Disponível em: <http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/Trends_V2/IMO-MAG%20Howaldt_final_mit_cover.pdf>.

KANIA, J.; KRAMER, M. Collective Impact. Stanford Social Innovation Review, v. 9, n. 1, 2011. Disponível em: <http://ssir.org/articles/entry/collective_impact>.

KINDER, T. Social innovation in services: technologically assisted new care models for people with dementia and their usability. International Journal of Technology Management, v. 51, n. 1, p. 106-120, 2010.

KIPER, M.; SCHÜTTE, V. Der Innovation eine Richtung geben! In Kommune, 5, n. 16, 1998. 55-62.

KONRAD, W.; NILL, J. Innovationen für Nachhaltigkeit. Ein interdisziplinärer Beitrag zur konzeptionellen Klärung aus wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Perspektive. Schriftenreihe des IÖW, 01 (157)., Berlin, ago. 2001.

LANGE, H. Nachhaltigkeit als radikaler Wandel: Die Quadratur des Kreises? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. ISBN 978-3-531-90956-1.

LAVIERI, C. A.; CUNHA, J. A. C. D. A Utilização da Avaliação de Desempenho Organizacional em Franquias. XXXIII Encontro da ANPAD. São Paulo: EnANPAD. 2009.

LEGGEWIE, C.; WELZER, H. Das Ende der Welt, wie wir sie kannten. Klima, Zukunft und die Chancen der Demokratie. 2. ed. Frankfurt: Fischer, 2009.

LÉVESQUE, B.; CREVIER, F. Les impacts des parcs scientifiques à travers la contribution des innovations sociales et des sciences sociales et humaines. XIX Congrès mondial de l'Association internationale des parcs scientifiques (IASP). Québec: CRISES - Centre de recherche sur les innovations sociales. 2002.

MINSCH, J. et al. Institutionelle Reformen für eine Politik der Nachhaltigkeit. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag, 1998. ISBN 978-3-642-58966-9.

MULGAN, G. The Process of Social Innovation. MIT Press Journal, v. 1, n. 2, p. 145-162, 2006.

OSSANI, A. A inovação social como processo e resultado da governança da colaboração interorganizacional: O caso do canal futura. São Leopoldo: Universidade do Vale dos Sinos, 2013. 114 p. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000009/00000927.pdf>>.

PHILLS, J. A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D. T. Rediscovering Social Innovation. Stanford Social Innovation Review, p. 34-43, Fall 2008. Disponível em: <http://ssir.org/images/articles/2008FA_feature_phills_deiglmeier_miller.pdf>.

POL, E.; VILLE, S. Social innovation: buzz word or enduring term? Journal of Socio-Economics, v. 38, n. 6, p. 878-885, 2009.

POT, F.; VAAS, F. Social innovation, the new challenge for Europe. International Journal of Productivity and Performance Management, v. 57, n. 6, p. 468-473, 2008. ISSN 1741-0401.

PUTNAM, R. D. Making Democracy Work - Civic Traditions in Modern Italy. New Jersey: Princeton University Press, 1993.

ROLLIN, J.; VINCENT, V. Acteurs et processus d'innovation sociale au Québec. Réseau québécois en innovation sociale (RQIS). Québec. 2007. (2-7628-2766-3).

SAA-PEREZ, P.; GARCIA-FALCON, J. M. A Resource-Based View of Human Resource Management and Organizational Capabilities Development. International Journal of Resource Human Resource Management, [S.L.], v. 1, n. 13, p. 123-140, 2002.

SINK, S. D.; TUTTLE, T. C. Planejamento e medição para a performance. Tradução de Elenice Mazzili e Lúcia Faria Silva. Rio de Janeiro: Quality Editora, 1993.

WASTLEY, F.; ANTADZE, N. Making a Difference: Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact. The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, Ontario, v. 15, n. 2, Dec. 2010. ISSN 1715-3816. Disponível em: <http://www.innovation.cc/scholarly-style/westley2antadze2make_difference_final.pdf>.