



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

**MESTRADO
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

**INOVAÇÃO SOCIAL ATRAVÉS DO COMÉRCIO
JUSTO – O CASO DE “PROBANANO -
SUSTENTABILIDADE DO SECTOR BANANEIRO
COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA A
REDUÇÃO DA POBREZA NA REGIÃO DE PIURA”**

POR FILIPA LUCENA POMBAL

JUNHO 2015



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

**MESTRADO
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

**INOVAÇÃO SOCIAL ATRAVÉS DO COMÉRCIO JUSTO – O
CASO DE “PROBANANO - SUSTENTABILIDADE DO SECTOR
BANANEIRO COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA A
REDUÇÃO DA POBREZA NA REGIÃO DE PIURA”**

POR FILIPA LUCENA POMBAL

ORIENTAÇÃO:

DOUTOR PEDRO LUÍS PEREIRA VERGA MATOS

JUNHO 2015

Resumo

A presente dissertação tem como objetivo analisar o papel que a inovação social pode exercer no desenvolvimento sustentável através da implementação do comércio justo. O estudo incide sobre um projeto de investimento e inovação social intitulado “Probanano – sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução da pobreza na região de Piura”. A ONG - Oikos iniciou este projeto em 2012 no Perú e prevê-se a sua conclusão em 2016. O objectivo é melhorar a qualidade de vida e reduzir a pobreza dos produtores, trabalhadores e comunidades da região de Piura através do desenvolvimento sustentável do sector bananeiro. Com este projecto serão beneficiados 19.000 pequenos agricultores, 24.400 trabalhadores, 36.600 pessoas ligadas indiretamente à indústria da produção de banana e 26 técnicos e funcionários de autoridades municipais e regionais.

Apesar de ser um projeto que ainda não está concluído a sua análise já nos permite retirar algumas conclusões, tais como: as práticas de Comércio Justo são inovações sociais e, após a discussão conduzida no Estudo de caso, pudemos verificar que, retornam resultados positivos tangentes às condições ambientais e sociais daqueles que se inserem nesse sistema. As inovações sociais não excluem a necessidade de resultados económicos que são fundamentais para sustentabilidade das instituições. Portanto, este estudo de caso teve como objetivo investigar se o projeto é um caso de inovação social, como forma de alcançar o desenvolvimento sustentável da região.

Palavras-Chave: Inovação Social; Investimento Social; Comércio Justo; Desenvolvimento Sustentável; Perú

Abstract

This thesis aims to analyze the role that social innovation can play in the sustainable development of the Piura region, in Peru, through the implementation of fair trade concepts in banana production. The study focuses on a social investment and social innovation project entitled "Probanano - sustainability of the banana sector as a contribution to poverty reduction in the Piura region." The NGO – OIKOS has started this project in September 2012 and it is expected to be concluded in 2016. It aims to improve life quality and reduce producers, works and communities poverty in Piura region through sustainable development of the banana sector. This project will benefit 19,000 small farmers, 24,400 workers, 36,600 people indirectly linked to the banana production industry and 26 technicians and employees of municipal and regional authorities. Despite being a project that is not yet completed its analysis already allows us to draw some conclusions such as: Fair Trade practices are social innovations, and after the discussion conducted in the case study, we observed that they return positive results to environmental and social conditions of those who are part of that system. Social innovations do not exclude the need for economic outcomes that are critical to the sustainability of institutions. This case study also aims to investigate whether the project is a case of social innovation as a way to achieve sustainable development of the region.

Keywords: Social Innovation; Social investment; Fair Trade; Sustainable Development; Peru;

Agradecimentos

Venho por este meio expressar os meus agradecimentos a todas as pessoas e organismos que contribuíram para a realização desta dissertação.

Em primeiro lugar, meu orientador, o Professor Doutor Pedro Luís Pereira Verga Matos, um agradecimento muito especial por todo o apoio académico e disponibilidade que me deu durante este projeto, pelas suas críticas construtivas e pelos seus enriquecedores comentários. À OIKOS, e em especial ao Dr. Rafael Drummond pela disponibilidade pelos comentários enriquecedores e por toda a colaboração, principalmente no aspeto de ceder todos os documentos indispensáveis para a elaboração desta dissertação de forma a poder realizar um estudo de caso completo, com todos os dados imprescindíveis para a análise do projeto. À minha família e amigos principalmente aos meus pais, que me deram todo o apoio necessário ao longo deste trabalho, incentivando-me nos momentos mais difíceis. À Senhora Dona Catarina Relvas pelo apoio na revisão e correção desta dissertação. Por fim, mas não menos especial, uma palavra de agradecimento ao Frederico Fernandes, por toda a ajuda nos momentos mais difíceis, pela sua disponibilidade em colaborar, pelos seus comentários e correções que auxiliaram a realização desta dissertação e principalmente pelo apoio moral e incentivo que me deu e pela paciência e compreensão que revelou durante todo o projeto.

Mais uma vez, a todos os meus sinceros agradecimentos.

Glossário

ADS - Direção Regional de Agricultura, em Piura para o processo de Adjudicação direta

APOQ - Associação de pequenos produtores orgânicos de Querecotillo

APPBOSA – Associação de Pequenos Produtores de Bananas Orgânicas de Samán

CENBANOR - Organização de produtores de banana do Norte (Central de Bananeros del Norte)

CEPSE - Organização peruana de serviços (Central Peruana de Servicios)

CLACJ - Coordenadora Latino-americana e do Caribe de pequenos produtores de Comercio Justo (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de Comercio Justo)

CNCJ - Coordenadora Nacional de Comercio Justo (Coordinadora Nacional de Comercio Justo)

COPDEBAN – Cooperação peruana para o desenvolvimento do sector bananeiro (corporacion peruana de desarrollo bananeiro)

EURPAID - Direção-Geral da Comissão Europeia responsável pela execução dos programas e projetos de ajuda externa.

FONTAGRO – Fundo regional para a tecnologia agropecuária (Fondo Regional de Tecnologia Agropecuaria)

G.A.P - – organização internacional responsável pelo desenvolvimento de um sistema de certificação independente para as Boas Práticas Agrícolas (Good Agricultural Practices)

INIA - Instituto Nacional de Inovação Agraria (Instituto Nacional de Innovación Agraria)

ONG - Organização não-governamental

OPI - Escritório de Programação e Investimentos

OPP - Escritório de Planeamento e Orçamento

PIP - Projeto de Investimento Público

Piura DRA - Direção Regional Agricultura Piura

U.E – União Europeia

UNEP - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (United Nations Environment Programme)

WFTO - Organização mundial de Comércio Justo (World Fair Trade Organization)

Índice	
Resumo.....	
Agradecimentos	
Glossário.....	
I. Introdução.....	1
II. Revisão de Literatura	3
2.1 Inovação social – contextualização e definições	3
2.1.1 Necessidade inovação social	5
2.1.2 Etapas do processo de Inovação Social	6
2.1.3 Ferramentas para a Inovação Social.....	7
2.2 Comércio Justo.....	8
2.2.1 Definição de Comércio Justo	8
2.2.2 O papel do consumidor no Comércio Justo	10
2.3 Relação entre o Comércio Justo e a inovação social	11
2.4 Desenvolvimento sustentável.....	13
III. Metodologia.....	15
IV. Estudo de caso: “ Probanano – sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução de pobreza na região de Piura”.....	17
4.1 O Perú	17
4.2 Descrição do sector bananeiro no Perú.....	18
4.3 Estudo de caso	20
4.3.1 Descrição do projeto e problemas e resolver	20
4.3.2 Resultados esperados.....	26
4.3.3 Recursos e Parcerias.....	27
4.3.4 Principais atividades e dificuldades do projeto	28
4.3.5 Resultados atingidos.....	31
4.3.6 Avaliação do Projeto.....	32
4.3.7 Conclusões do Projeto	34
V. Considerações Finais	39
VI. Limitações e estudos futuros	41
Anexos.....	45
Anexo I.....	45
Anexo II.....	45

I. Introdução

A falta de capacidade do Estado para suprir as necessidades da população e também, das políticas que direcionam o investimento público para o aumento de competitividade em detrimento do desenvolvimento social é, segundo Comeau (2007), a razão pela qual tem surgido discussão em torno do tema de inovação social. Como consequência da já referida falta de capacidade do Estado, a exclusão social gerada revela necessidades e problemas de caráter coletivo que motivam inovações sociais. Uma vez que as estruturas existentes são incapazes de resolver eficazmente as desigualdades sociais e económicas, as questões da sustentabilidade, as mudanças climáticas e questões relacionadas com doenças e pobreza, crescem iniciativas paralelas direcionadas para uma economia social (MURRAY et al., 2010).

Paralelamente, a globalização económica promovida e acelerada desde as últimas três décadas, tem permitido uma grande diversidade na origem e fornecimento de produtos para as cadeias de abastecimentos em qualquer parte do mundo, aumentando sequencialmente a diversidade de produtos disponíveis para os consumidores nos pontos de vendas (supermercados e retalho), ou seja no final das cadeias de abastecimento. Neste mesmo período, tem havido um aumento de preocupação e consciencialização da sociedade com questões ambientais e relacionadas com a ética dos processos inerentes à obtenção do produto, seja na obtenção e tratamento de matéria-prima ou no trabalho envolvido na produção e disponibilização do produto. Dando-se assim cada vez maior relevância ao conceito de Comércio Justo.

Posto isto, esta dissertação pretende analisar de que modo os objetivos do Comércio Justo se enquadram na temática da Inovação Social e promovem o Desenvolvimento Sustentável, através do estudo do projeto “Probanano – sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução de pobreza na região de Piura” - desenvolvido pela OIKOS no Perú. A escolha deste projeto deveu-se ao facto de este ter sido implementado e acompanhado pela OIKOS, uma ONG portuguesa com vários projetos desenvolvidos no âmbito do investimento social e inovação social, a abordar o conceito de Comércio justo, tema que tem ganho cada vez mais relevância na sociedade e pelo motivo de estar a obter grande visibilidade e reconhecimento na população e nos media.

O trabalho encontra-se dividido por capítulos, iniciando-se com a introdução. O segundo capítulo apresenta os elementos teóricos associados à inovação social e ao comércio justo. Na primeira parte do capítulo realizamos a contextualização da inovação social e as suas características, partindo posteriormente para o comércio justo sua definição e características e finalmente, apresentando algumas noções de desenvolvimento sustentável. Após a explicação da metodologia utilizada, o quarto capítulo sintetiza o problema da pobreza na região Piura e contextualiza a importância do sector bananeiro no Perú e, em seguida, é realizado o estudo do caso. No quarto capítulo é analisada a relação entre o projeto, a inovação social e o comércio justo, seguem-se as conclusões do trabalho e por fim a apresentação das limitações e recomendações para estudos futuros locais e nacionais.

II. Revisão de Literatura

2.1 Inovação social – contextualização e definições

Para Murray, Caulier-Grice e Mulgan, (2010), a inovação social pode ser desenvolvida em todos os sectores seja o público, sem fins lucrativos ou o privado sendo que, as iniciativas mais eficientes e duradoras ocorrem e concretizam-se quando existe a colaboração dos diferentes sectores, as partes interessadas e os beneficiários. Inovação social é uma nova ideia ou uma ideia melhorada que atende a necessidades sociais não satisfeitas e cria novas relações sociais. É portanto um novo fenómeno que é capaz de elevar a capacidade de agir da sociedade.

Para Ruede e Lurtz (2012), a razão pela qual não existe um consenso acerca da definição do conceito de inovação social advém do facto de o tema ser discutido nos mais diversos âmbitos, ou seja, a difusão do tema nas mais diversas disciplinas como a sociologia, a administração pública, a economia e a gestão, os serviços sociais, e as ciências políticas torna complicado o estabelecimento de um conceito único e claro para inovação social.

Segundo Bignetti (2011), a expressão inovação social refere-se a ideias, ações e conhecimentos novos, ou fortemente melhorados, e duradouros cuja finalidade é superar as necessidades sociais nas mais diversas áreas por meio da cooperação e participação de todos os envolvidos.

Mulgan, Tucker e Sanders (2007), defendem que as inovações sociais estão subjacentes a novas ideias através das quais os indivíduos organizam interações e desenvolvem relações interpessoais para atingir determinados objetivos ou ultrapassar obstáculos sociais. Assim sendo, qualquer forma de inovação resulta em alguma forma de inovação social.

Murray et al. (2010) define inovação social como sendo um conjunto de novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Por outras palavras, inovações sociais são inovações que, simultaneamente trazem benefícios para a sociedade e aumentam a sua capacidade de agir.

Além do objetivo de satisfazer necessidades sociais, André e Abreu (2006), apresentam o de promover a inclusão social, o de capacitar e dar poder aos atores envolvidos e, Misik e Jacobson (2003), acrescentam o de criar valor de acordo com os interesses dos grupos sociais em detrimento da apropriação de valor por interesses individuais.

As inovações sociais são, por isso, planeadas e coordenadas para o objetivo específico de através de novas práticas sociais, alcançar uma mudança social. Howaldt e Schwarz (2010

Numa perspetivo micro, Buchegger e Ornetzeder (2000), defendem que os objetivos da inovação social dizem respeito à satisfação das necessidades sociais não satisfeitas, melhoria contínua do padrão de vida e aumento da capacidade de agir de grupos e indivíduos. Já numa perspetiva macro, inovação social tem como objetivo alcançar uma mudança geral na sociedade ao eliminar desigualdades e promover o desenvolvimento sustentável.

Nesta última, Cajaiba-Santana (2013) afirma que a inovação social ocorreria quando uma nova ideia estabelecesse uma forma de pensar e agir capaz de mudar os paradigmas existentes. Por último, Pol e Ville (2008) destacam que, para que uma inovação seja considerada “social” torna-se necessário que melhore tanto a performance económica como a social da sociedade na qual se desenvolve, ou seja, que melhore a qualidade e a esperança média de vida, por exemplo, inovações que conduzam a uma melhor educação, preocupações com o meio ambiente e alcance de uma maior longevidade.

2.1.1 Necessidade inovação social

O surgimento de inovações sociais é fortemente motivado por todo um contexto neoliberal onde o investimento público por parte do Estado privilegia o aumento da competitividade em detrimento da satisfação de necessidades sociais.

Moulaert (2000), salienta a importância do reforço da capacidade dos agentes, alegando que o desenvolvimento local está cada vez mais relacionado com a promoção de mudanças estruturais capazes de aumentar e reforçar a capacitação individual e coletiva no sentido de encontrar soluções para os problemas ao invés de se tratar de uma questão de lucro e de poder de compra.

Para Bassand (1986), a evolução da sociedade industrial capitalista à sociedade pós – industrialização criou zonas de dúvida, desreguladas e com grande probabilidade de manipulação e alienação, contudo e em simultâneo, potencialmente inovadoras.

Segundo, Alter (2000), para que ocorra inovação social é necessário que existam instituições e profissionais responsáveis por fazer surgir a inovação, contudo, as fronteiras entre as diversas esferas que caracterizam a sociedade parecem ser progressivamente atenuadas.

Florida (2002) defende que a economia tem dado cada vez mais importância a fatores como a criatividade, a inovação e o conhecimento. Este fenómeno cria abertura para que a diversidade social possa ser integrada em núcleos socioeconómicos dentro de empresas e instituições. O capitalismo tem ampliado o seu alcance para que seja possível combater a exclusão social integrando indivíduos outrora discriminados e grupos sociais para o processo de criação de valor.

2.1.2 Etapas do processo de Inovação Social

Mulgan et al. (2007) delineiam superficialmente as etapas do processo de inovação social segundo uma perspectiva macro. Para este autor, quando se fala em inovação social, a primeira etapa passa por identificar uma necessidade que não está a ser eficazmente atendida e, conseqüentemente pela formação de uma ideia para suprir essa mesma necessidade.

A segunda etapa do processo de inovação passa por testar a ideia na prática. Nesta fase são identificadas as falhas da ideia para que esta possa ser alterada e melhorada e, posteriormente, evoluir.

A fase seguinte dá-se quando a ideia se mostra apta a ser aplicada e desenvolvida na prática. Na quarta etapa do processo, a ideia é fundamentada, ampliada e replicada para outras realidades. Por fim, a última etapa é a de aprendizagem e adaptação.

Murray, Mulgan (2010), e Caulier-Grice (2012)), dividem o processo de inovação social em seis fases: a primeira fase é a de Inspiração e Diagnóstico e envolve a identificação da necessidade a ser suprida e a formulação da questão que visa identificar as causas do problema; a segunda fase é o de Propostas e Ideias e refere-se à criação de novas ideias para solucionar as necessidades identificadas; a terceira fase tem o nome de Protótipo e Piloto e é nesta etapa que as ideias são testadas; a quarta fase, sustentação, diz respeito à criação de um modelo de negócio cujo objetivo passa por garantir a viabilidade económico-financeira e durabilidade da solução; a quinta fase é a de Estabilidade e Difusão: nesta fase definem-se as estratégias para o crescimento e difusão da inovação social; por último, a sexta fase é a de Mudança que incorpora o objetivo final de inovação social, ou seja, o de influenciar movimentos sociais, modelos de negócio, leis e regulamentações e, de toda a estrutura social no geral.

2.1.3 Ferramentas para a Inovação Social

Caulier et al. (2012) e Murray et al. (2010) sugerem um conjunto de instrumentos provenientes de investigação mundial a respeito da maneira como são geradas, desenvolvidas e difundidas as inovações sociais.

Para a fase de identificação do problema social, denominada *Entradas, Inspirações e Diagnóstico* destacam-se métodos como: o diagnóstico por meio de cocriação, mapa de necessidades, visitas às comunidades, banco de ideias, investigação-ação, bases de dados, sistemas de *feedback*, pressão da população e o processo de diagnóstico.

Na fase de *Propostas e Ideias*, os meios que possibilitem encontrar novas soluções devem ser explorados, como as caixas de sugestão, colaboração em massa, *think tanks*, métodos de pensamento criativo, entre outros.

Uma vez aprovada a ideia, parte-se para concretização da mesma criando *Protótipos e Pilotos* suportados por testes, provas de conceito, coprodução, testes abertos, subsídios para ideias em crescimento e incubadoras.

Depois de aplicada, testada e aprovada a solução, torna-se necessário **Sustentar** a inovação com modelos de negócio inovadores, planos e estratégias de negócio, estruturas informais, organizações privadas, parcerias, tecnologias colaborativas, sistemas de *feedback* de usuários, presença na *internet*, *marketing* e *branding*, eventos abertos, formas abertas de propriedade intelectual, valorização do voluntariado, subsídios a fundo perdido, empréstimos acessíveis, *crowdfunding*, políticas públicas, iniciativas e programas no setor público.

Para *Difundir* a inovação é possível utilizar a inspiração e distribuição através de movimentos sociais, marcas e mercados, induções financeiras, alvos sociais, políticas públicas, disseminação das melhores praticas, entre outras.

2.2 Comércio Justo

2.2.1 Definição de Comércio Justo

Beccheti e Huybrechts (2008) acreditam que os elementos principais que constituem o conceito de Comércio Justo podem ser divididos em quatro categorias principais.

A primeira é o comércio (*trade*), uma vez que apesar de justo (*fair*), estamos ainda assim perante trocas comerciais. Os agentes envolvidos nas operações de comércio justo gerem, à semelhança de qualquer atividade comercial, diversas atividades de mercado como a importação, transformação e distribuição. Contudo, a posição destes agentes pode variar de forma a produzir mais desenvolvimento nos países do Sul (em desenvolvimento) ou até de forma a alcançar um objetivo específico. Ao analisar o produto do Comércio Justo, a dimensão “comércio” pode ser associada à vertente material do produto. Na verdade, nada distingue fisicamente uma banana convencional de uma de Comércio Justo; e, portanto, não é o produto em si que é “justo”, mas sim as condições em que o produto foi produzido e comercializado.

A segunda categoria corresponde à dimensão de “justo”. Esta característica relaciona-se tanto com os produtores como com os importadores dos produtos de Comercio Justo. Para que façam parte da rede de Comercio Justo é exigido cumprimento de um conjunto de critérios organizacionais (produtores de pequena escala, tomadas de decisão democráticas, abolição da discriminação e do trabalho infantil...) e, por sua vez é concedido um conjunto de condições específicas de comércio (a garantia de um preço

justo, a atribuição de um prémio social, pré-financiamento, relacionamento técnico e comercial a longo prazo...).

Algumas das pesquisas que têm vindo a ser feitas no âmbito do Comércio Justo visam determinar se o estabelecimento de um preço justo, bem como as suas demais ferramentas, levam efetivamente a um maior desenvolvimento socioeconómico dos produtores em comparação com o comércio convencional, por exemplo através do combate à desigualdade pelo aumento da remuneração atribuída aos produtores. Neste contexto, Maseland e De Vaal (2002), defendem que tal acontece quando a procura do produto é inelástica e os consumidores têm preocupações éticas e preferência por produtos “justos”.

Por sua vez, Becchetti e Huybrechts (2008) argumentam que a abordagem feita pelos autores supra referidos, é muito restrita e não tem em conta características não monetárias do Comércio Justo, tais como o pré-financiamento das produções, a promoção da consciencialização do consumidor, entre outras. Como terceira categoria destaca-se a Educação e Informação.

O Comércio Justo funciona também como uma ferramenta de consciencialização dos consumidores assim, alguns dos participantes nas cadeias de Comércio Justo criam campanhas de informação de educação dirigidas aos consumidores com o objetivo não só de promover conceito e a rede dos seus atores, mas também de educar governos e cidadãos de forma a os consciencializar para adotarem hábitos de consumo que respeitem o meio ambiente e as pessoas, nomeadamente os produtores de países do Sul.

Por último, a quarta categoria destacada diz respeito à regulamentação.

Quando surgiu o Comércio Justo, surgiu também a intenção de se definir uma nova estrutura de regulamentação para as trocas comerciais. Apesar de tentar, cada vez mais,

influenciar o fluxo das principais trocas comerciais a nível internacional, a referida estrutura é praticamente utilizada apenas dentro das parcerias de Comércio Justo e engloba um conjunto de critérios específicos. A estrutura e controle das normas específicas de Comércio Justo tem sido gerida maioritariamente por organizações de Comércio Justo que se focam na criação e controle das normas de Comércio Justo através do processo de selos e certificação.

Para que as organizações, empresas e/ou cooperativas possam divulgar que praticam Comércio Justo, devem passar por um processo de implementação e certificação e, assim, tornarem-se membros da WFTO (WFTO, 2014).

2.2.2 O papel do consumidor no Comércio Justo

Segundo Pelsmacker (2005), o consumidor é um elemento fundamental no Comércio Justo. É através do consumidor que se realiza o ciclo da cadeia produtiva de comércio justo. Desse modo, os consumidores podem manifestar a sua atenção e preocupação relativamente ao comportamento ético das empresas no ato da compra.

Em geral, o consumidor consciente sente que tem responsabilidade para com a sociedade e expressa esses sentimentos por meio de seu comportamento de compra.

Doane (2001) define que o consumidor ético possui um elevado nível de consciência e de intenção e, apresenta o consumo ético como sendo uma compra de um produto com uma vertente ética referente a assuntos como os direitos humanos, condições laborais, defesa dos animais, meio ambiente, entre outras, que é escolhida de livre vontade pelo consumidor individual.

Assim, o ato de consumir envolve uma escolha ciente e criteriosa de produtores e produtos, com o intuito de alterar as práticas do mercado tradicional tendo em conta

valores fundamentalmente não económicos, como o bem-estar pessoal e familiar, justiça e equilíbrio através de práticas de negócio (Micheletti, 2003).

De acordo com Cherrier, Newholm e Shaw (2007), a atividade de consumo ético envolve uma atitude positiva de escolha, como a compra de produtos certificados e provenientes pelas regras de comércio justo, ou ambientalmente amigáveis. Dessa forma, Taylor (2005) defende que os consumidores de comércio justo podem usufruir do seu poder de compra no mercado para enfrentar os problemas sociais e ambientais do mercado global.

Por outro lado, existem estudos como o de Pelsmacker (2005), que mostram que o real comportamento de compra dos consumidores não vai ao encontro da sua atitude positiva face aos produtos éticos. Outras explicações apresentadas por diversos autores como Carrigan e Attalla (2001), Pelsmacker e Janssens (2006) e Roberts (1996), para a discrepância entre atitudes e comportamento de compra ética pode ser a escassez de oferta de produtos éticos, a descrença nas exigências éticas, e a falta de informação.

2.3 Relação entre o Comércio Justo e a inovação social

Segundo Renard (2003) e Gomes (2003), as práticas de Comércio Justo consistem em novas ideias e novos modelos alternativos de relacionamento nos mercados baseadas em transparência, respeito e proximidade. Tal como acontece noutras formas e manifestações de Inovação social, o objetivo do Comércio Justo é alcançar padrões de desenvolvimento sustentável, tendo como base questões sociais, económicas e ambientais.

Ou seja, segundo (Seyfang, 2006), o Comércio Justo diferencia-se do modelo económico tradicional através da sua estrutura, mecanismos de funcionamento e cadeias produtivas. Assim, a estrutura de negócio, os canais de distribuição e os mecanismos de produção diferenciam-se do comércio tradicional, tendo por base princípios de justiça e de gestão empresarial que inspiram lealdade nos consumidores que partilham esses mesmo

princípios. Isto pode ser visto como uma iniciativa para criar infraestruturas locais alternativas e providenciar sistemas que redefinem o bem-estar, progresso e autenticidade, e que incorporem princípios de cidadania e ecologia nas práticas diárias.

O Comércio Justo pode ser considerado como uma forma de inovação social, uma vez que envolve novas técnicas de coordenação entre a oferta e a procura e novas configurações de produção, mas também novos processos mercadológicos relacionados com leis do comércio e com os mecanismos de fixação de preço e apropriação do lucro. Renard (2003) atribui ainda ao Comércio Justo uma dimensão de coordenação cívica e outra de coordenação doméstica. A primeira refere-se à adesão de atores económicos e sociais e das suas organizações a um conjunto de princípios coletivos que tem por base relações comerciais justas. A segunda, por sua vez, diz respeito a relacionamentos cara-a-cara fundamentados em confiança e transparência. Estas duas dimensões relacionam-se diretamente com a realização de objetivos sociais, tal como é pressuposto para que se possa falar de inovação social.

Lyon (2006), considera ainda que o Comércio Justo envolve também questões políticas, uma vez que apela a uma escolha política amparada em formatos alternativos de consumo, destacando o consumo ético e a preocupação com aspetos ambientais.

Esta autora defende que, as práticas de Comércio Justo impulsionam relações de colaboração em ambientes e redes transculturais que ligam produtores, distribuidores e consumidores entre si.

Tal como já fora referido noutra secção, o Comercio Alternativo / Comércio Justo nasce no norte da Europa nas décadas de 60 e 70 do séc. XX, tendo-se alastrado nos últimos 40 anos a outros países do hemisfério sul. Este facto pode ser comparado a movimentos sociais (Gomes 2003), e que, segundo Lyon (2006) pode ser considerado como uma forma

de engajamento de militantes na luta por causas sociais, como a igualdade entre desiguais. Este aspeto é considerado como sendo uma das dimensões da inovação social. (Bignetti, 2011)

2.4 Desenvolvimento sustentável

Em 1983, as Nações Unidas criaram a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento cujos trabalhos resultaram na elaboração de um relatório sobre o meio ambiente global, o Relatório Brundtland – Nosso Futuro Comum (em Português).

Neste relatório, divulgado em 1987, consta o conceito de desenvolvimento sustentável como sendo o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras em atender às suas próprias necessidades (UNEP, 2015).

Segundo a Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento (1988), o relatório Brundtland descreveu a relação entre o desenvolvimento sustentável e o desenvolvimento económico. Desse modo o desenvolvimento sustentável determina os padrões de consumo que se encontram dentro das exigências ecológicas e aos quais toda sociedade tem acesso. Como tal, foram estabelecidos objetivos para o crescimento de países em desenvolvimento, através do combate à pobreza e do suprimento de necessidades básicas humanas; da união entre o crescimento económico com o desenvolvimento social; da manutenção de um nível populacional sustentável; da gestão consciente de recursos naturais; da consideração de fatores ecológicos no desenvolvimento tecnológico e da gestão dos riscos provenientes dessa opção.

Como referido por Raccioppi (1999), o conceito de desenvolvimento sustentável não é contra os interesses económicos, ao invés, procura a formação de consciência e conduta baseadas na realidade histórica e presente para a garantia do futuro dos seres humanos.

Esta definição de desenvolvimento sustentável é considerada por Gladwin, Kennely e Krause (1995), como sendo muito imprecisa, permitindo a diferentes grupos interpretá-la de acordo com seus interesses. Embora, ao interpretá-la, todos concordem que o meio ambiente deve ser protegido, as discordâncias surgem em função de quais partes e por quais formas se deve proteger o meio ambiente. Além disso, Anda (2003) defende que, o conceito de desenvolvimento pode variar de grupo para grupo.

De acordo com Lipietz (1995), as políticas de desenvolvimento direcionadas para a sustentabilidade requerem uma interligação entre questões económicas, sociais e ecológicas.

Como tal, é necessário a alteração do paradigma baseado no uso desordenado de recursos como fonte de vantagem competitiva para um que faça um uso adequado dos mesmos (substituindo recursos não renováveis por recursos renováveis que não prejudiquem o ambiente) e produza, simultaneamente, benefícios tanto para sociedade como para o ambiente de forma a permitir uma distribuição de renda mais justa, um melhor acesso à educação e qualificação profissional e alterações nos hábitos de consumo. Isto gera consequências diretas na gestão organizacional e nos objetivos a serem atingidos.

Para Starik e Rands (1995), a sustentabilidade de uma organização traduz-se numa rede de relações em diversos níveis e diversos sistemas que abrangem estratégias, entradas, processos de transformação, saídas, *feedbacks* e valores, com dimensões individuais, organizacionais, políticas e económicas, sociais e culturais, e ecológicas.

A procura de soluções para os problemas ambientais, segundo Leis (1999), passa pela análise e compreensão da forma como a sociedade cria relações entre si e entre si e o ambiente.

III. Metodologia

A metodologia adotada neste trabalho classifica-se como sendo qualitativa. Sobre este método de pesquisa, Minayo (1993) assevera que é uma forma adequada para o conhecimento da natureza de um fenômeno social, tendo como objetivo a recolha de dados para que posteriormente se proceda a uma análise de forma indutiva.

Desse modo, utilizou-se o estudo de caso, um método de investigação qualitativa, com enfoque indutivo para a análise dos dados e descritivo para a apresentação dos resultados. Acerca desse tipo de estudo, Triviños (1987, p.133-34) afirma que é “[...] uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma *unidade* que se analisa profundamente”.

Para Yin (2005) um estudo de caso completo é aquele em que os limites do caso – isto é, a distinção entre o fenômeno estudado e o seu contexto – recebem uma atenção explícita.

Para Yin (2005, p.32), “Um estudo de caso é uma investigação empírica, que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre fenômeno e contexto não estão claramente definidos”.

Ainda com base em Yin (2005), podemos afirmar que o estudo de caso não é apenas uma tática para a colheita de dados, mas sim uma estratégia de pesquisa abrangente. Assim para este, o estudo de caso envolve situações únicas, com várias fontes de evidência e baseia-se no desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a colheita e a análise dos dados.

Com este estudo de caso, pretendeu-se demonstrar a importância do investimento em projetos de inovação social para o desenvolvimento sustentável e melhoria das condições de vida em países em desenvolvimento, neste caso o Perú.

Relativamente à recolha de dados, ou seja, a forma de como se obtêm os dados necessários para responder ao problema (Vergara, 2000), os meios utilizados na

presente investigação foram: pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

A pesquisa bibliográfica ou documental dividiu-se em duas partes: a revisão de literatura através de artigos científicos e livros, e a análise de relatórios e dados do projeto, cedidos pela OIKOS. Deste modo foi possível obter informação sistematizada e recompilada por outros investigadores, contextualizar o país e a região onde se desenvolveu o projeto, e ainda, expor os principais conceitos teóricos com relevância para o projeto estudado.

Posto isto, foi escolhido para o estudo de caso o projeto “*Probanano - sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução da pobreza na região de Piura*” por três motivos:

- Ser implementado e acompanhado pela OIKOS, uma ONG portuguesa com vários projetos desenvolvidos no âmbito da cooperação internacional para o desenvolvimento, com a preocupação permanente de soluções inovadoras e participativas junto dos beneficiários da sua ação.
- Ser um projeto de Comércio justo, tema que tem ganhado cada vez mais relevância na sociedade.
- Ser um projeto que está a ganhar grande visibilidade e reconhecimento na população local e nos *media*, o que permitiu verificar o atual contributo do projeto e a recolha de opiniões imparciais ao projeto.

As duas questões de investigação do presente trabalho são: **(1)** É o projeto “Probanano - sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução da pobreza na região de Piura” um projeto que aborda a temática de inovação social? **(2)** Este projeto enquadra-se no conceito de desenvolvimento sustentável?

Uma vez que os dados quantitativos referentes a este projeto eram bastante escassos, a sua avaliação foi realizada maioritariamente através de uma investigação qualitativa,

sendo que o objetivo foi estudar um projeto em particular, de auto sustentabilidade, através do processo de inovação social, e tirar conclusões sobre os princípios gerais desse mesmo caso específico.

IV. Estudo de caso: “ Probanano – sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução de pobreza na região de Piura”

4.1 O Perú

O território peruano situa-se a oeste da América do Sul e tem uma área de 1 285 216 quilômetros quadrados. A Norte o país faz fronteira com o Equador e a Colômbia, a leste com o Brasil e a sudeste com a Bolívia, a sul faz fronteira com o Chile e a oeste tem fronteira com o Oceano Pacifico. (ver anexo I)

No âmbito económico o Peru tem apresentado um crescimento significativo nos últimos 15 anos. (Portal do Estado Peruano, 2015)

De acordo com dados divulgados no Relatório de Desenvolvimento Humano de 2014 do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), da Organização das Nações Unidas (ONU), relativamente ao índice de desenvolvimento Humano, o Perú apresenta um valor de 0.737 o que mostra um índice de desenvolvimento humano alto, ocupando o sexto lugar nos 6 melhores IDHs da América do Sul. (Portal do Estado Peruano, 2015)

Relativamente à sua posição a nível mundial, o Perú ocupa o 82^a lugar com um valor de 0,737. (PNUD, 2014).

Segundo dados referentes ao ano de 2008, a renda *per capita* do país foi de 8594 dólares. Já em 2009, e relativamente à pobreza no país, 34.8% da população total era pobre, sendo

que 11.5% foi caracterizada como sendo extremamente pobre. (Portal do Estado Peruano, 2015)

Cerca de 18.1% das crianças no Perú, com idades inferiores a cinco anos, sofrem de desnutrição crónica sendo que as regiões onde este fenómeno se encontra mais acentuado são a região de Huancavelica com cerca de 51.3%, Cajamarca com 36.1% e Loreto com 32.3%. (Portal do Estado Peruano, 2015)

4.2 Descrição do sector bananeiro no Perú

De acordo com documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E (OIKOS, 2011a) dentre as frutas, as bananas ocupam, no comércio mundial, o primeiro lugar em termos de valor e volume das exportações globais (chegaram a cerca de 17 milhões de toneladas em 2008). O processo de incorporação do conceito de sustentabilidade no comércio mundial de bananas começou há cerca de 15 anos com o lançamento do rótulo de comércio justo - Max Havelaar, nos supermercados dos Países Baixos. Desde então, a banana sustentável tem assumido um crescimento significativo: cerca de 20% das exportações mundiais de banana de hoje em dia são certificadas. A Rainforest Alliance é responsável pela produção de 75% das bananas sustentáveis (15% das exportações globais), sendo que as bananas orgânicas correspondem a 3% da produção e as bananas de comércio justo a 2%.

O Peru tem respondido a esta oportunidade de mercado com o crescimento expressivo das exportações de bananas orgânicas. Em 2010 as exportações de bananas orgânicas eram de cerca de 89000 toneladas (US \$ 55 milhões). Este facto posicionou o Peru como o segundo maior exportador de bananas orgânicas, a seguir à República Dominicana. O

principal destino das exportações bananas orgânicas peruanas são os Países Baixos (52%), os EUA (24%) e o Japão (12%).

No mercado de bananas convencionais, o Peru é menos competitivo do que o Equador e a Colômbia, os dois principais exportadores, uma vez que tem uma escala de produção menor, menos infraestruturas e encontra-se mais afastado dos mercados internacionais (custos de transporte mais elevados). Contudo, o Peru, devido às suas condições naturais, obtém rendimentos mais elevados e assume menores custos relativamente ao controle de pragas e doenças em comparação com os países vizinhos. Desse modo, cerca de 65% das exportações de bananas peruanas são vendidas sob o rótulo de comércio justo. O crescimento deste mercado tem sido substancial, uma vez que as cadeias de supermercados como Coop e Migros na Suíça, Sainsbury no Reino Unido e Plus na Holanda só comercializam bananas de Comércio Justo. O sector bananeiro, no Peru, é dominado por cerca de 6000 pequenos produtores com, em média, menos de 1 hectare cada. A região de Piura concentra cerca de 80% destes produtores e este setor emprega 6.500 trabalhadores diretos. A grande maioria dos produtores de banana e trabalhadores são pessoas pobres que vivem em áreas rurais e que não vêem satisfeitas as suas necessidades básicas. A população ligada diretamente ao sector bananeiro abrange mais de 80 mil pessoas, ou seja, a importância das bananas na vida económica e social da região é muito significativa. (Documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E, OIKOS, 2011a)

A exportação de banana orgânica tem vindo a assumir uma importante fonte de rendimento estável com um impacto substancial na vida dos produtores locais. As associações de produtores de bananas têm sido fundamentais para que estes consigam alcançar a certificação de comércio orgânico e justo. Existem 33 associações de produtores de bananas, que por sua vez pertencem a quatro organizações de segunda

linha. As principais empresas exportadoras em Piura são a COPDEBAN (Dole), Biocosta e Grupo Hualtaco, com cerca de 60% das exportações de bananas. As associações de produtores de banana começaram a exportação direta em 2007 e, em 2010, já atingiram cerca de 35% do volume exportado (ver anexo II – figura 2). (Documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E ,OIKOS, 2011)

4.3 Estudo de caso

4.3.1 Descrição do projeto e problemas e resolver

Ainda tendo por base dados apresentados no documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E (OIKOS, 2011), nos últimos anos, o Peru apresentou elevadas taxas de crescimento macroeconómico e um bom desempenho na agricultura latifundiária de exportação, mas muitos pequenos agricultores em áreas rurais não têm beneficiado deste crescimento. Existem alguns grupos de produtos agrícolas que oferecem mercados externos rentáveis, com facilidades para a incorporação e articulação dos pequenos produtores agrícolas que vivem em situação de pobreza e em zonas rurais. As redes de comércio justo são um exemplo dessa oportunidade.

Uma das regiões onde esta situação se tem vindo a verificar é a de Piura, onde a produção de bananas orgânicas tem registado as mais elevadas taxas de crescimento. Já há algum tempo que a OIKOS no Peru tem vindo a apoiar e fomentar a produção de banana orgânica, proporcionando um aumento de rendimentos e uma maior estabilidade para as famílias beneficiárias. O desafio e consequente objetivo mais geral e ambicioso é melhorar a qualidade de vida e reduzir a pobreza dos produtores, trabalhadores e comunidades da região de Piura através do desenvolvimento sustentável do sector bananeiro.

O projeto foi concebido para submissão ao “Programa de Atores Não Estatais e Autoridades Locais de Desenvolvimento” da EuropeAid - Agência Europeia de Cooperação e Apoio ao Desenvolvimento e aprovado por esta em 2012. A sua implementação está, assim, sujeita às regras técnicas, administrativas e financeiras da União Europeia para este tipo de intervenção nos países beneficiários. Este está a ser desenvolvido em áreas de pobreza e de pobreza extrema na região de Piura. Mais concretamente:

- Distritos de Querecotillo, Ignacio Escudero, Sullana, Lancones, Bellavista, Marcavelica e Salitral na Província de Sullana: varia de 28% a 73% de sua população em situação de pobreza, e de 5% a 23% em extrema pobreza.
- Tambogrande e Lomas distritos na província de Piura: 44% e 50% da sua população encontra-se em situação de pobreza, respetivamente, e 11% e 14% em extrema pobreza.
- Distrito de Buenos Aires, na província de Morropón: com 53% de sua população a viver em condições de pobreza e 7% em extrema pobreza.

Com o desenho do projeto, a OIKOS e seus parceiros visam beneficiar, em última instância (beneficiários finais): 19.000 pequenos agricultores e suas famílias (50% mulheres); 24.400 trabalhadores e suas famílias (50% mulheres); 36.600 pessoas ligadas à cadeia de valor da produção de banana.

Posto isto, torna-se importante referir que a cadeia de exportação de bananas na região de Piura enfrenta uma série de questões que podem ser assim resumidas:

- Rendimentos baixos a nível de propriedade, devido à insuficiente aplicação de fertilizantes orgânicos, a uma gestão inadequada da água e do solo, e à execução insuficiente de boas práticas
- Variabilidade na qualidade de bananas para exportação

- Problemas fitossanitários nas bananas tanto na fase de produção, como ao nível do processo recolha e armazenagem para venda
- Infraestrutura inadequada para alcançar a certificação segundo as normas da Global G.A.P. (Good Agricultural Practices) – organização internacional responsável pelo desenvolvimento de um sistema de certificação independente para as Boas Práticas Agrícolas (G.A.P.)
- O acesso insuficiente a crédito

Embora cada associação e os seus respetivos produtores disponham de uma agenda com o intuito de resolverem eficazmente cada um destes problemas, existem também uma série de questões mais amplas que exigem uma ação concertada de associações de produtores, sociedade civil, empresários e autoridades do sector público para a sua solução. Estes problemas são:

- Uso e gestão irracional da água de irrigação desde a sua captação na bacia até à utilização no terreno
- Violação das normas laborais na contratação de trabalhadores, condições de trabalho insuficientes e exclusão de trabalhadores dos benefícios do prémio de preço estabelecido pelas regras de Comércio Justo
- Uso inadequado de resíduos plásticos no cultivo da banana
- Falta de controlo da pegada de carbono e carência de tecnologias para mitigar os efeitos provocados pelas alterações climáticas
- Ausência de contribuições voluntárias, royalties ou impostos para ajudar a desenvolver o sector bananeiro e as comunidades locais

Tendo em conta a conjuntura socioeconómica da região de Piura e o papel assumido pelo sector bananeiro na região, o projeto, implementado pela OIKOS, tem em vista, conforme as linhas orientadoras do Programa da União Europeia referido,

- Apoiar a participação de representantes das populações rurais pobres que vivem da produção de bananas, num espaço ou plataforma de discussão, coordenação, formulação e implementação de políticas, programas e ações para o desenvolvimento sustentável do sector bananeiro, para a melhoria do ambiente e a redução da pobreza

- Reforçar a capacidade das organizações da sociedade civil e das autoridades municipais locais, no desenho e implementação de estratégias adequadas a esses fins
- Melhorar a eficácia e a eficiência na divisão e descentralização do trabalho do governo regional, através da articulação da sua comunicação e dos seus planos de ação com os municípios dos vários distritos envolvidos

Além disso, o projeto está alinhado com as prioridades do “Programa para Atores Não Estatais”, ao:

- Fomentar a interação e representação aberta de todos os interessados para que estes possam participar e influenciar a cadeia de produção de bananas, tanto no setor privado (ONGs, associações da produção e empresas exportadoras) como no sector público (as autoridades distritais e regionais; gabinetes do governo)
- Reforçar as capacidades das associações de produtores de bananas para que os seus programas contribuam para a sustentabilidade da produção e do comércio de bananas, bem como para aumentar ao seu impacto social e ambiental
- Promover a coordenação das prioridades e dos programas das associações de produtores numa mesma plataforma com os programas de outros atores
- Propor que a atuação das autoridades municipais dos vários distritos esteja vinculada a fortalecer e a complementar as ações dos restantes atores do sector bananeiro através da sua participação na plataforma
- E, finalmente, ao concentrar a ação das autoridades municipais na resolução das questões de ocupação territorial, de utilização de água, de gestão de lixo agrícola (em particular os resíduos plásticos utilizados nos cachos de banana) e da criação de infraestruturas e de serviços básicos para os aglomerados mais pobres

Com todo este enquadramento, foram definidos quatro objetivos específicos:

- Criar uma parceria multisectorial público privada - que contribua com políticas, coordenação, programas e ações, para a sustentabilidade do sector bananeiro, conservação do meio ambiente e redução da pobreza: Promovendo a implementação de um sistema privado de recolha e reciclagem de coberturas e, conceção, validação e oferta privada de um moderno sistema de irrigação

especialmente concebido para as necessidades e demandas de pequenos produtores de banana. No que respeita ao sistema de irrigação moderno, novos parâmetros foram definidos e foram adotadas novas tecnologias adaptadas a grandes plantações de banana. Foram também efetuados estudos sistemáticos sobre a experiência de mangueiras de irrigação. Finalmente, quanto aos problemas fitossanitários, que incluem a prestação de serviços fitossanitários, estes são de responsabilidade do setor público, razão pela qual o Projeto apoiou a Direção Regional de Agricultura no desenvolvimento do projeto de investimento público intitulado "Melhorar a competitividade para a gestão integrada na cadeia de produção de banana orgânica para melhorar a oferta de exportação na região de Piura, "que é da Unidade Executora DRAP, com financiamento do orçamento do Governo Regional de Piura.

- Melhorar a capacidade e o desempenho das organizações de produtores de banana na garantia de sustentabilidade do sector (abrangendo a produção e o comércio) e também nos seus programas de desenvolvimento: Para tal foram realizados quatro estudos (avaliação participativa da cadeia, avaliação da utilização da água de rega, diagnóstico e caracterização de resíduos sólidos e Impostos) e duas ações de formação e sensibilização para o aumento de competitividade na cadeia de produção de banana orgânica e melhorar a oferta de exportação na região de Piura Foi também fortalecido o comité técnico e comités de banana através da criação de espaços públicos de diálogo, coordenação e execução de ações conjuntas para associações, empresas exportadoras, empresas, importadores, certificação, público e entidades privadas.
- Reforçar a capacidade das autoridades municipais para que estas contribuam para a sustentabilidade do sector bananeiro e para o seu impacto na população: Através

de dois workshops de formação para os funcionários e autoridades locais em facilitação de processos e gestão de conflitos; quatro workshops de formação dos funcionários e autoridades locais na promoção do desenvolvimento humano e gestão de recursos hídricos e sólidos; elaboração de quatro estudos para a formulação de projetos de investimento público e; assistência técnica especializada aos governos locais e regionais na formulação de projetos de investimento.

- Promover a liderança do sector de banana sustentável como forma de aumentar a competitividade da banana peruana no comércio internacional e influenciar noutros sectores agrícolas: através de dois workshops de sensibilização para a importância dos critérios do comércio justo, o respeito (estudos de caso) e sustentabilidade do sector; três workshops de gestão conjunta de financiamento de fundos públicos e cooperação internacional; quatro campanhas anuais de sensibilização para importância de uma plataforma multi-stakeholder concertada, e os princípios do comércio justo; e participação em quatro workshops regionais e nacionais organizações de comércio justo. (documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E; OIKOS 2011)

4.3.2 Resultados esperados

No documento de candidatura ao programa de financiamento da U.E; (OIKOS 2011) foram enumerados os resultados que se esperavam atingir com a implementação do projeto, sendo eles:

- Resultado 1 - Associações de produtores de banana, autoridades municipais e regionais, ONG's, empresas privadas e agências do governo participam ativamente numa Plataforma Comum, com o objetivo de contribuir para a sustentabilidade do sector bananeiro, para a conservação do ambiente e para a redução da pobreza.
- Resultado 2 - Autoridades municipais mais capacitadas intervêm no uso ordenado e racional do território e da água, na eficiente gestão de resíduos, no desenvolvimento de infraestruturas e na redução da pobreza.
- Resultado 3 - Associações de produtores de banana mais capacitadas implementam programas para melhorar a sustentabilidade do sector bananeiro, para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades e para a preservação do ambiente.
- Resultado 4 - O comércio de banana, certificada e sustentável foi aumentado e os resultados do projeto documentados e comunicados com visibilidade.

4.3.3 Recursos e Parcerias

No mesmo documento de candidatura à EU; (OIKOS, 2011e), surgem apresentados todos os intervenientes no projeto contam com uma sólida experiência no sector bananeiro. Conhecem-se entre si e conhecem também o sector bananeiro e a região de Piura. Compartilham de um leitura comum acerca dos problemas institucionais e de todo o seu potencial para a redução da pobreza e para o desenvolvimento sustentável da região. O desenho do projeto resulta da análise partilhada entre pequenos produtores de banana, as suas associações como a APPBOSA e a CENBANOR, e organizações de apoio tais como a OIKOS e a CEPESER.

A OIKOS é uma organização portuguesa não-governamental dedicada ao combate à pobreza e à redução de disparidades económicas e de conhecimento, através do desenvolvimento de soluções sustentáveis. Iniciou as suas atividades no Peru há dez anos com principal foco na promoção do desenvolvimento rural sustentável e na resposta humanitária em casos de emergência. Tem vindo a apoiar associações de produtores há mais de cinco anos. A CESPESER é uma organização não-governamental peruana dedicada ao desenvolvimento humano sustentável na região de Piura. O seu âmbito de trabalho incide essencialmente em temas como: educação, produção e comercialização agropecuária, recursos naturais e meio ambiente, região fronteiriça entre o Peru e Equador; governabilidade e cidadania, e financiamento da população rural marginal. Trabalha na região há mais de 30 anos. A CENBANOR é uma central de associações que reúne quatro associações de pequenos produtores de bananas, englobando o total de 236 produtores na região de Piura, há mais de 10 anos. A APPBOSA é uma associação que agrupa 293 pequenos produtores de bananas, promovendo o seu desenvolvimento. Além do mais, lidera a rede de pequenos produtores de bananas de comércio justo (REPEBAN) que alberga um total de 9 associações, num total de 2080 produtores.

O financiamento principal do projeto foi assegurado pela União Europeia (U.E) com uma subvenção de 416 mil Euros. E a Cooperação Portuguesa, através de Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, co-financiará com 123 mil Euros, sendo os restantes fundos obtidos por apoio das ONGs e empresas parceiras.

4.3.4 Principais atividades e dificuldades do projeto

De acordo com o segundo relatório narrativo intermédio do projeto, DCI NSA PVD (OIKOS, 2014), referente ao período compreendido entre 01 de Setembro de 2013 a 31 de Agosto de 2014, foram previstos, para este projeto, quatro grupos de atividades em correspondência direta com os quatro resultados esperados previamente apresentados.

Assim temos no primeiro grupo de atividades a coordenação, consulta, assessoria e estudos para a criação de uma Plataforma de consulta público-privada, de coordenação e execução de atividades que promovam a competitividade, a sustentabilidade e a responsabilidade no sector das bananas orgânicas peruanas.

Em segundo lugar, destaca-se a formação, consultoria e suporte técnico para o reforço das capacidades das autoridades locais. No terceiro grupo de atividades está a formação, consultoria, assistência técnica, monitoramento e estudos para a sustentabilidade de associações de produtores de bananas.

E por último, a documentação, sistematização, *design* e implementação de uma base de dados e, a posterior divulgação e visibilidade dos resultados do projeto.

Relativamente às dificuldades sentidas na implementação do projeto e de acordo com os dados do segundo relatório intermédio, DCI NSA PVD (OIKOS, 2014b), existia o objetivo de visitar o Conselho de Usuários de Irrigação Pressurizada no Distrito de Moche Virú Chao para perceber a sua experiência de esforços conjuntos público-privados na gestão da água, manejo integrado de pragas e sistemas de alerta precoce. Tudo isso no

âmbito da implementação do Projeto de Investimento Público (PIP) "Melhorar a competitividade para o manejo da cultura integrada na cadeia de produção de banana orgânica para melhorar a oferta de exportação na região de Piura," que começou em Janeiro de 2014.

No entanto, este segundo estágio teve de ser adiado e remarcado para 14 e 15 de Outubro de 2014 (ano 3 do projeto), devido a: Atrasos do Escritório de Planeamento e Orçamento (OPP) da Direção Regional Agricultura Piura (Piura DRA); Atrasos da Mesa de Programação e Investimentos (OPI) do Governo Regional (Piura) para a declaração de viabilidade; Atrasos da Direção Regional de Agricultura, em Piura para o processo de Adjudicação direta (ADS) No. 02-2014-GOB.REG.PIURA-DRA-P teve como objetivo a contratação é o serviço de consultoria para organização do processo técnico da PIP 250398. Note-se que este processo técnico já foi aprovado, elevando o Projeto de Investimento Público e que estava pronto para implementação em 2015.

Em relação ao diagnóstico e caracterização de resíduos sólidos, durante o ano 2, foi realizada a contratação de consultoria para análise situacional e valorização de resíduos sólidos descartados na cadeia de bananas orgânicas (bolsas e cintos). Sendo que já foram elaborados os dois primeiros relatórios de progresso e consultoria e estimou-se à data que seria concluído em Novembro de 2014.

No que diz respeito à formulação de projetos de investimento público para a gestão de resíduos sólidos e recursos hídricos e às atividades de assistência técnica especializada aos governos locais e regionais na formulação de projetos durante o primeiro ano do projeto estas atividades não tinham sido planeadas, no entanto, o projeto apoiou a Direção Regional de Agricultura, em Piura (DRA Piura) nos seus esforços para a gestão fitossanitária com o desenvolvimento de um perfil de investimento público, que foi

financiado pelo Ministério da Agricultura e parcerias APOQ e APPBOSA. Além disso, o projeto (financiado pela SwissContact) solicitou um estudo de mercado à Universidade de Piura para avaliar a demanda do mercado para a irrigação no sector bananeiro. Para o segundo ano do projeto, foi prevista a realização de dois estudos, um de resíduos sólidos (sacos de reciclagem) e outro de irrigação moderno (mangueiras de irrigação). No entanto, esses estudos não puderam ser executados devido a atrasos nas atividades anteriores. Contudo, previu-se que em meados de 2015 ambas as atividades já estivessem concluídas, revertendo esse atraso. Ainda para o segundo ano do projeto, foi prevista a realização de duas consultorias técnicas, uma de irrigação moderna e outra de gestão da plantação.

Em relação ao grupo de formação, foi implementada uma primeira assistência técnica e formação, ficando por realizar o aconselhamento técnico adicional para o terceiro ano do projeto que já fora contratado.

Em relação ao arquivo técnico, o projeto contratou um consultor que apoiou a DRAP no desenvolvimento da Base de adjudicação seletiva por ajuste direto, bem como na implementação deste processo. Graças a esse apoio, foi possível obter financiamento do Governo Regional para a preparação do processo técnico.

Em relação ao estudo da pegada ambiental, a equipa do projeto identificou duas metodologias:

- Cool Farm Tool – projectada pela Cool Farm Alliance e usado por uma Rede Solidária para avaliar a pegada de água de pequenos produtores de café em San Martin.
- Soil & More, projetado por Soil & More Internacional e utilizada por DOLE para avaliar a pegada de água de suas grandes plantações na Costa Rica

A partir dessas experiências o Projeto comprometeu-se a subcontratar um consultor para a realização deste estudo. No que concerne o estudo do saneamento agropecuário, a equipa do projeto em parceria com o INIA e Fontagro, desenvolveu termos de referência. Este estudo ficou previsto para em Outubro de 2014.

Em relação à participação em quatro *workshops* regionais e nacionais de organizações de comércio justo, esta atividade foi adiada para o terceiro ano do projeto, levando em consideração a organização de eventos nacionais e latino-americanos pela CNCJ e CLACJ.

4.3.5 Resultados atingidos

Tendo por base os dados apresentados no relatório intermédio do projeto, DCINSA PVD (OIKOS, 2014), durante o primeiro ano (Resultado 1), o projeto ajudou a lançar as bases para melhorar desempenho e sustentabilidade da cadeia de bananas orgânicas.

Durante o segundo ano, o projeto fortaleceu o Comité Técnico de Banana através da criação de uma plataforma de consulta público-privada, da coordenação e execução de atividades que promoveram a competitividade, a sustentabilidade e a responsabilidade no sector das bananas orgânicas peruanas. Para tal, fortaleceu o Comité Técnico com espaços públicos de diálogo coordenação e execução de ações conjuntas para associações, empresas exportadoras, empresas importadoras, certificadoras, público e entidades privadas.

Adicionalmente (Resultado 2), o projeto reforçou e aumentou o envolvimento e recursos do governo regional e municípios em torno da agenda do Comité Técnico e das suas Comissões Técnicas. Assim, tem sido possível recolher recursos de fundos públicos,

principalmente através do ProCompite (regional) e do Projeto Fitossanitário de Investimento Público, que totalizam quase 12 milhões de solos o que ajudará a fortalecer as organizações de pequenos produtores.

Comutativamente, (Resultado 3) o projeto fortaleceu a capacidade dos sistemas internos de controlo e administração para que consigam lidar com as várias ameaças e oportunidades (aumento de requisitos de segurança, concorrência de grandes plantações privadas, ameaça de pragas de mancha vermelha, cooperativas, mudanças no sistema de dedução fiscal, novas exigências laborais, etc.) Finalmente (Resultado 4), o Projeto apoiou a divulgação de informações à população, sobre as atividades desenvolvidas pelo Comité Técnico de Banana. É também dada visibilidade à importância da contribuição financeira da União Europeia e do Instituto Português Camões. Durante o ano 3 do projeto, esta componente será reforçada, tendo resultados já visíveis na obra do Gabinete Técnico.

4.3.6 Avaliação do Projeto

Segundo informações da OIKOS (2015), durante o último ano, foram estabelecidas as bases para melhorar o desempenho e a sustentabilidade da cadeia de produção de bananas orgânicas na região de Piura.

Para tal, foi fortalecido o Comité Técnico da Banana e respetivos grupos de trabalho temáticos enquanto espaços público-privados para promoção do diálogo e coordenação de ações conjuntas para as associações, os exportadores, importadores, certificadoras, entidades públicas e privadas. Isto foi possível, em grande parte devido à criação da Junta Nacional da Produção de Banana, que agrega 47 associações de pequenos produtores.

O governo regional de Piura e os municípios da zona de implementação do Projeto foram envolvidos na agenda do Comité Técnico da Banana, tendo sido, possível recolher recursos significativos através de fundos públicos que serão aplicados no fortalecimento de organizações de pequenos produtores. Foram ainda efetuadas ações de sensibilização e formação a parceiros, técnicos, profissionais e líderes sobre a sustentabilidade da cadeia de produção, reforçando os seus sistemas internos de gestão e de controlo administrativos para que possam lidar com várias ameaças e oportunidades, tais como exigir uma maior segurança no trabalho, a concorrência de grandes plantações privadas, o cooperativismo, as mudanças no sistema de deduções fiscais e as novas exigências laborais.

A OIKOS tem apoiado a informação junto da população sobre as atividades relativas à produção de banana orgânica na região de Piura, cuja expansão, tem contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e a redução da pobreza dos produtores, trabalhadores e comunidades.

Segundo a Embaixadora da União Europeia no Peru, *“os produtores de banana orgânica no Peru são uns dos que conseguiram alcançar maior sucesso dentro do Programa Europeu Euro Eco Trade, mais precisamente através do Projecto Probanano que é da responsabilidade da ONG OIKOS e que terá ainda mais atenção no próximo ano. (Horejs Irene,2015)”*

Esta reconheceu a qualidade da banana orgânica considerando-a um produto de sucesso e revelou que *“a exportação de bananas peruanas para o mercado europeu tem vindo a crescer de uma forma significativa, devido ao trabalho realizado por cerca de 6 mil produtores de banana orgânica em Valle del Chira, na província de Sullana, no Peru”*.

*“Este projeto em concreto – **Probanano** -, tem vindo a ampliar a escala de produção de banana e aumentar a cadeia de valor permitindo o acesso ao mercado nacional e internacional, o que tem já proporcionado um aumento de rendimentos e uma maior estabilidade para milhares de famílias de produtores”*. (Horejs Irene,2015)”

A embaixadora Horejs assinalou ainda que a banana orgânica peruana cumpre todos os *standards* ambientais, sociais e laborais que o mercado estrangeiro solicita e desse modo está a ser produzida segundo as regras e requisitos necessários para a certificação do Comércio Justo. Segundo esta, o projeto respeita todas as questões ambientais através do trabalho concretizado.

“As avaliações periódicas deste projeto têm revelado que tem sido desenvolvido um trabalho conjunto com os produtores de banana orgânica para um melhor uso da água, do solo e do tratamento dos resíduos sólidos, e os resultados estão a ser obtidos no processo de produção das bananas (Horejs Irene, 2015)

Para Guzmán, Reynaldo Hilbck (2015) Presidente do Governo Regional *“o sucesso que tem sido alcançado com o desenvolvimento deste projeto abre a hipótese de se concretizarem parcerias público-privadas para outras iniciativas como, por exemplo, a reutilização de águas residuais com base na experiência de outros países e o fortalecimento de cadeias produtivas com base no associativismo que tem dado importantes resultados em cultivos como a banana, o cacau e outros.”*

A embaixadora da U.E. expressou a *“sua predisposição para continuar a canalizar recursos económicos para a região de Piura, assim como avaliar novos projetos apoiando tanto o Governo Regional como as autoridades locais, mediante as convocatórias que a U.E. lança periodicamente”*.

4.3.7 Conclusões do Projeto

4.3.7.1 O Projeto e a Inovação Social

Ao explicar o conceito de inovação social, Lévesque (2002) refere-se às novas formas de intervenção que organizações sem fins lucrativos proporcionam, em relação às anteriores, relacionadas com o Estado. Inovação social designa esse conjunto de iniciativas socioeconómicas que promovem um maior bem-estar de indivíduos face aos problemas

sociais e que partem da ideia de um novo encastramento entre social e económico, como fora colocado por Polanyi (1983).

Para Lévesque (2002), as organizações da economia social inovam quando reúnem fatores produtivos diversos, têm foco em iniciativas associativistas e cooperativas locais, incluem os próprios usuários dos serviços nos processos de trabalho e estabelecem relações sociais voltadas para maior qualidade de vida no trabalho. O estudo da produção intelectual sobre inovação social fez-nos optar por agrupar os autores e as suas obras em três níveis de análise: inovações sociais centradas em indivíduos, em organizações e em instituições. Tal opção foi inspirada na proposta de Alan Touraine (1985), para análise dos níveis do sistema social. Os três níveis são interdependentes, uma vez que uma inovação social centrada nos indivíduos, por exemplo, certamente repercute-se em organizações e em instituições.

Esta classificação não é, portanto, um limitador dos níveis; serve, apenas, para salientar a orientação primeira do impacto da inovação social.

Posto isto e tendo em conta a primeira questão deste estudo de caso:

1) É o projeto *“Probanano - sustentabilidade do sector bananeiro como forma de contribuir para a redução da pobreza na região de Piura”* um projeto que aborda a temática de inovação social?

Neste estudo foi possível verificar que a OIKOS procurou criar espaços de prestação de serviços como forma de promover a criação de rendimentos e, ao mesmo tempo, construir consciência para a causa da entidade, ou seja, a sensibilização para as práticas de comércio justo e a produção sustentável de bananas. Neste pormenor, o caso estudado encontra-se alinhado com a ideia de Lévesque (2002), segundo a qual as organizações sem fins lucrativos que surgiram após as crises da década de 1980 são inovadoras em relação ao passado uma vez que, pretendem alinhar o desenvolvimento social com a

atividade económica. Dessa forma recusa a ideia de assistencialismo e reforça propostas de autonomia e inclusão social por meio de novos comportamentos, sejam novas formas de produzir, comercializar e consumir produtos e serviços.

Este projeto, como já referido, pretende criar uma plataforma que facilite a interação e representação aberta a todos os interessados para que estes possam participar e influenciar a cadeia de produção de bananas, tanto no setor privado (ONGs, associações de produtores e empresas exportadoras) como no sector público (as autoridades distritais e regionais gabinetes do governo), e tem em vista reforçar as capacidades das associações de produtores de bananas para fazer com que os seus programas contribuam para a sustentabilidade da produção e do comércio de bananas, bem como para aumentar o seu impacto social e ambiental. Isto vai ao encontro da perspetiva de Howaldt e Schwarz (2010) segundo a qual, inovação social ocorre quando há a participação dos beneficiários para a geração de soluções para os problemas sociais.

Murray et al. (2010), assume inovações sociais como aquelas que simultaneamente trazem benefícios para a sociedade e aumentam a sua capacidade de agir. Nesse sentido o Projeto Probanano pretende criar associações de produtores de banana capazes de conceber e implementar programas para melhorar a sustentabilidade do sector bananeiro, para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades e para a preservação do ambiente.

4.3.7.2 O Projeto e o desenvolvimento sustentável

De acordo com Conway (1985), o desenvolvimento sustentável da agricultura subentende obter uma produção máxima sob restrições e rígidas regras de conservação dos recursos naturais explorados (ou seja sem os degradar) e, deve também obedecer a critérios de

viabilidade económica e de equidade social na distribuição de custos e benefícios. Em suma, é um desenvolvimento agrícola capaz de promover equidade intra e intergerações. Assim, como responder à segunda questão proposta para este estudo de caso:

2) Este projeto enquadra-se no conceito de desenvolvimento sustentável?

Verificamos que a OIKOS ao criar uma Plataforma para os vários atores públicos e privados interagirem e concertarem políticas, programas e ações para a sustentabilidade do sector bananeiro teve como objetivo a conservação do meio-ambiente e a redução da pobreza, maximizando a produção do sector e cumprindo todos os *standards* ambientais, sociais e laborais que o mercado estrangeiro solicita. Desse modo, o projecto contribuiu para alterar a estrutura de produção para que esta respeite todas as regras e requisitos necessários para a certificação do Comércio Justo. Relativamente à conservação do ambiente objetivado pelo projeto, Glico (1990), um dos autores com maior relevância em estudos sobre os problemas ambientais na América Latina assume, neste contexto, que uma estratégia voltada para o desenvolvimento sustentável deve ter como linha orientadora minimizar os efeitos das perturbações antrópicas no meio ambiente.

Nesse sentido, este autor defende que tal estratégia deve ter em conta pelo menos os seguintes pontos:

- Coerência ecológica, que se traduz no uso racional dos recursos naturais, segundo a sua aptidão; Neste ponto, o projeto Probanano enquadra-se através da gestão e uso racional da água de rega que terá foco nas bacias dos rios Chirano (Perú) e Catamayo (Equador)
- Estabilidade da estrutura social, especialmente importante em função da dinâmica do desenvolvimento capitalista na agricultura (e o processo de diferenciação / decomposição); O projeto enquadra-se também neste ponto já que pretende

melhorar a capacidade e desempenho das organizações de produtores de banana na garantia de sustentabilidade do sector e comércio de bananas e também nos seus programas de desenvolvimento

- Estabilidade de rendimento, tendo em conta as condicionantes externas ou eventos naturais que possam comprometer o uso sustentável dos recursos naturais. Neste campo o trabalho da OIKOS centrou-se no desenvolvimento e criação de condições laborais justas e numa renumeração, também justa, de acordo com o trabalho prestado

De forma mais resumida, o projeto Probanano, desenvolvido pela OIKOS e alvo deste estudo, enquadra-se na perspetiva do autor ao ter como resultados esperados o uso ordenado e racional do território e da água, a eficiente gestão de resíduos, o desenvolvimento de infraestruturas e alívio da pobreza.

V. Considerações Finais

Ao longo deste trabalho e, de acordo com um conjunto de estudos desenvolvidos por Mulgan e Farfus (2007), Murray e Caulier- Grice (2009), Murray, Caulier- Grice e Mulgan (2010), Bignetti (2011) e Mumford (2012), foi considerado que as práticas de Comércio Justo são inovações sociais e, após a discussão conduzida no Estudo de caso, podemos verificar que, de facto, estas novas alternativas e articulações mercadológicas e organizacionais retornam resultados positivos tangentes às condições ambientais e sociais daqueles que se inserem nesse sistema. Observou-se que as inovações sociais não excluem a necessidade de resultados económicos que são fundamentais para sustentabilidade das instituições. Entretanto, foi também abordado o tema de desenvolvimento sustentável e portanto, o estudo focou-se na partilha de valores económicos justos, retornos sociais e uma postura ambiental responsável.

Sobre a percepção que os agricultores, alvo do projeto, possuem sobre o Comércio Justo, evidenciou-se que, a materialização deste conceito traduz-se prioritariamente no interesse de retornos económicos compatíveis com as despesas dos processos produtivos de cada produtor. Sabe-se que os retornos sociais a uma postura ambiental responsável necessitam de balizamento financeiro e sustentabilidade económica para se tornarem reais, além de serem requisitos das organizações certificadoras.

Em síntese, tomando por base os autores referidos, podemos considerar que, Inovação social diz respeito ao surgimento de ideias, ações ou conhecimentos novos ou fortemente melhorados que atendem a necessidades sociais e elavam a capacidade de agir da sociedade criando novas relações sociais e promovendo a inclusão através do envolvimento e capacitação de todos os intervenientes

A inovação social não almeja o bem-estar de um único indivíduo isolado mas sim de um grupo no seu todo. Para tal, a inovação social exige o planeamento e coordenação de ações de forma a que através de novas práticas seja possível alcançar uma mudança social.

Posto isto, a inovação social ocorre quando é estabelecida e difundida na sociedade uma nova ideia ou forma de agir alterando os paradigmas até então vigentes.

Em modo de conclusão podemos assumir que para que ocorra inovação social deve sempre ocorrer mudança na sociedade.

VI. Limitações e estudos futuros

As principais limitações encontradas no desenvolvimento deste estudo deveram-se ao facto de por se tratar um estudo de caso existir dificuldade em extrapolar as conclusões alcançadas uma vez que, um estudo de caso no seu geral e, este projeto em particular refere-se a uma época temporal específica bem como a uma localização também ela específica. Outra limitação esteve presente no facto do caso estudado ser noutra país, não tendo sido possível a deslocação ao local de implementação do projeto, de modo a verificar pessoalmente a forma de execução do projeto, os resultados alcançados até à data e a opinião dos beneficiários sobre a implementação do projeto e consequências obtidas. Este fator impossibilita também a generalização dos resultados obtidos para Portugal, visto existirem muitas divergências entre os dois países tanto a nível cultural e financeiro, como a nível de desigualdades sociais e consequentemente da necessidade de inovação social e desenvolvimento sustentável. Além destas restrições, a inexistência de uma avaliação final do projeto, pelo facto de este ainda se encontrar em fase de execução, impossibilita-nos obter uma informação mais completa e precisa sobre os resultados efetivamente alcançados. Após as limitações já referidas, seria interessante que se fizesse um estudo de caso sobre um projeto de inovação social e desenvolvimento sustentável em Portugal que envolvesse um programa de comércio justo como forma de fomentar as exportações do nosso país e torná-lo auto-suficiente no que concerne à produção de alguns bens alimentares agrícolas como os cereais e algumas frutas cuja importação ainda tem um peso económico significativo (p.ex, as maçãs, as laranjas e as peras).

Por fim, uma última sugestão para um futuro estudo seria analisar de que forma o investimento social por empresas e outras entidades privadas pode ajudar a criar um desenvolvimento sustentável nos beneficiários desse investimento, uma vez cessado o apoio.

Referencias Bibliográficas

- Alter N (2000). “L’innovation ordinaire”. *Presses Universitaires de France, Paris*.
- Anda, Martin. (2015). “Technology choice and sustainable development”. Disponível em: <http://cep.unep.org/pubs/Techreports/tr43en/Technology%20choice.htm> – Consultado a 30 de Maio de 2015.
- André, Isabel; Abreu, Alexandre (2006). “Dimensões e espaços da inovação social”. *Finisterra: Revista portuguesa de geografia*, v. 41, n. 81, p. 121-141.
- Bassand, M (1986). “Innovation et changement social”. *Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, Paris*.
- Becchetti, L. (2008). “Huybrechts; B. The dynamics of fair trade as a mixed-form market”. *Journal of Business Ethics*, v. 81, n.4, p. 733-750.
- Bignetti, L. P. (2011). “As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa”. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 47, p. 3-14.
- Brundtland G et al (1987) Our Common Future: Report of the 1987 World Commission on Environment and Development, Oxford, *Oxford University Press*
- Cajaiba-Santana, G. (2013). “Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework”. *Technol.Forecast. Soc. Change*.
- Carrigan, M.; Attalla, A. (2001). “The Myth of the Ethical Consumer— Do Ethics Matter in Purchase Behavior?”. *Journal of Consumer Marketing*, v.18, n.7, p. 560– 577.
- Cherrier, H. (2007). “Ethical consumption practices: co-production of self-expression and social recognition”. *Journal of Consumer Behaviour*, v.6, n.5, p.321-335.
- Comeau Y. (2007). “Les contributions des sociologies de l’innovation à l’étude du changement social”. *Innovations Sociales et Transformations des Conditions de Vie. Actes du Colloque – 16 Avril, Cahiers du CRISES, Collection Études Théoriques, ET0418: 29-44*.
- Conway, G. (1985). “Agroecosystem analysis.” *Agricultural Administration* 20:31 – 55.
- Doane, D. (2001). “Taking Flight: The Rapid Growth of Ethical Consumerism”. London: New Economics Foundation.
- Farfus, D.; Rocha, M. C. de S. (2007). “Inovação Social: um conceito em construção”. *Inovações Sociais, Coleção Inova; vol. II, Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 13-34*.
- Florida R (2002). “The rise of the creative class”. Basic Books, New York.
- Gladwin, T.N; Kennely, J.J; Krause, T.S. (1995). “Shifting paradigms for sustainable development: implications for management theory and research”. *Academy of Management Review*, v.20, n.4, p. 874-907.
- Glico, Nicolo (1990). “Los factores críticos de la sustentabilidad ambiental del desarrollo agrícola”. *Comercio Exterior, vol.40, n°12, dic./1990; pp.1135-1142*.
- Gomes, Rosemary (2003). “Comércio Justo: Entre a Solidariedade e a Utopia”. *Revista Proposta* (Rio de Janeiro), p.1 - 9,
- Guzmán, Reynaldo Hilbeck (2015). “Banana orgânica produzida no Peru conquista o mercado da União Europeia” Disponível em <http://newsletter.Oikos.pt/v/5Le36bGe1P2e19-3-b7bb3> - Consultado a 15 de Maio de 2015
- Horejs, Irene (2015) “Embajadora de la Unión Europea califica de exitoso el Banano Peruano”. Disponível em <http://www.elregionalpiura.com.pe/index.php/locales/otros-distritos/6710-embajadora-de-la-union-europea-califica-de-exitoso-el-banano-peruano> - Consultado a 10 de Junho de 2015
- Howaldt, Jurgen; Schwarz, Michael (2010). “Social Innovation: Concepts, research fieldsand international trends”. IMA/ZLW & Ifu, IMO international monitoring 5.

- Leis, Héctor R (1999). “A modernidade insustentável”. *Petrópolis: Editora Vozes, 1999, p.261*
- Lévesque, B. (2002). “Entrepreneurship collectif et économie sociale: entreprendre autrement, Montréal”. Montréal: Cahier de l'ARUC-ÉS 2002, 35 p.
- Lipietz, Alain (1995). “Será Impossível um Desenvolvimento Ecologicamente Viável?”. Matosinhos: Contemporânea Editora/Câmara Municipal de Matosinhos.
- Lyon, S. (2006). “Evaluating Fair Trade Consumption: Politics, Defetishization and Producer Participation”. *International Journal of Consumer Studies*, 30, 452-464.
- Maseland, R.; A. De Vaal (2002). “How Fair is Fair Trade?” *De Economist*, 150 (3), 251 – 272.
- Micheletti, M. (2003). “Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action”. *Palgrave Macmillan, New York*.
- Minayo, M. C. S; Sanches, O. (1993). “Quantitative and Qualitative Methods: Opposition or Complementarity?” *Cad. Saúde Públ.*, Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/sep, 1993.
- Moulaert F (2000). “Globalization and integrated area development in european cities”. *Oxford University Press, Oxford*.
- Mulgan, Geoff; Tucker, Simon; Ali, Rushanara; Sanders, Ben. (2007). “Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated”. *Oxford Said Business School - Skoll Centre for Social Entrepreneurship*.
- Mumford, M. D (2012). “Social Innovation: Ten Cases From Benjamin Franklin”. *Creativity Research Journal*, v. 14, n. 2, p. 253-266,
- Murray, R.; Mulgan, G.; Caulier-Grice, J (2009). “How to Innovate: The Tools for Social Innovation”. The Young Foundation/ National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), 2009.
- Murray, Robin; Caulier-Grice, Julie; Mulgan, Geoff. (2010). “The Open Book of Social Innovation”. The Young Foundation/ National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), 2010.
- Newholm, T; Shaw, D. (2007). “Studying the ethical consumer: a review of research”. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 253– 270.
- OIKOS, (2015).” Desenvolvimento sustentável do setor bananeiro no Peru reduz a pobreza de pequenos produtores” Disponível em: <http://www.oikos.pt/en/component/k2/item/1698-desenvolvimento-sustentável-do-setor-bananeiro-no-peru-reduz-a-pobreza-de-pequenos-produtores>. Consultado a 25 de Maio de 2015
- OIKOS, (2011) Documento de candidatura à EU: “Programa de actores no estatales y autoridades locales en el desarrollo”. 131-726/L/ACT/PE
- OIKOS, (2014). Segundo relatório intermedio DCI NSA PVD “Sostenibilidad del sector banana como forma de contribuir a la reducción de la pobreza en la región Piura”. 2012/ 276-526.
- Pelsmacker, P.; Driesen, L; Rayp, G. (2005). “Do consumers care about ethics? Willingness to pay for fair-trade coffee”. *Journal of Consumer Affairs* 39: 363– 85.
- Pelsmacker, P.; W. Janssen; E. Sterckx & C. Mielants. (2006). “Fair Trade Beliefs, Attitude and Buying Behaviour of Belgian Consumers. International” *Journal of Voluntary Sector Marketing*, 11:2, 125 – 138

- Plades (2015). Disponível em: <http://www.plades.org.pe/>. Consultado a 20 de Junho de 2015.
- PNUD (2014) , Relatório de Desenvolvimento Humano 2014, Disponível em:
<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2013.aspx> . Consultado a 20 de Agosto de 2015
- Pol, Eduardo; Ville, Simon (2008). “Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term?”. *The Journal of Socio-Economics* 38 (6), 878-885.
- Polanyi, K. (1983). “La grande transformation: aux origins politiques et économiques de notre temps”. Paris: Gallimard.
- Portal do Estado Peruano (2015), disponível em: <http://www.peru.gob.pe/> - Consultado a 30 de Outubro de 2015
- Raccioppi, Eduardo. (1999). “Cultura ambiental na empresa”. Encontro nacional sobre gestão empresarial e meio ambiente, São Paulo. Anais. São Paulo, 1999, p. 129-140.
- Renard, M.C. (2003). “Fair Trade: Quality, Markets and Conventions”. *Journal of Rural Studies*, 19, 87–96.
- Roberts, J. A. (1996). “Will the Real Socially Responsible Consumer Please Step Forward?” *Business Horizons*, 39 (1): 79–83.
- Seyfang, G. (2006). “Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks”. *Journal of Rural Studies*, v. 22, n. 4, p. 383-395.
- Starik, M.; Rands, G.P. (1995). “Weaving an integrated web – multilevel and multisystem perspectives of ecologically sustainable organizations”. *Academy of Management Review* 20 (4): 908-935
- Taylor, P. L. (2005). “In the Market but Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change”. *World Development*, 33 (1), 129 – 147.
- Touraine, A. (1985). “An Introduction to the Study of Social Movements”. *Social Research* 52:749-88
- Triviños, A. N. S. (1987). “Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação”. *São Paulo, Atlas*, 175p.
- UNEP (2015). Disponível em: <http://www.unep.org/pc/mining/wssd/milestone.htm> - Consultado a 12 de Maio de 2015.
- Vergara, Sylvia (2000). “Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração”. 3. Ed. São Paulo: Atlas.
- WFTO (2014). Disponível em http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=889&Itemid=290 - Consultado a 6 de Dezembro de 2014.
- Yin, R.K. (2005). “Estudo de caso: planejamento e métodos”. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman.

Anexos

Anexo I

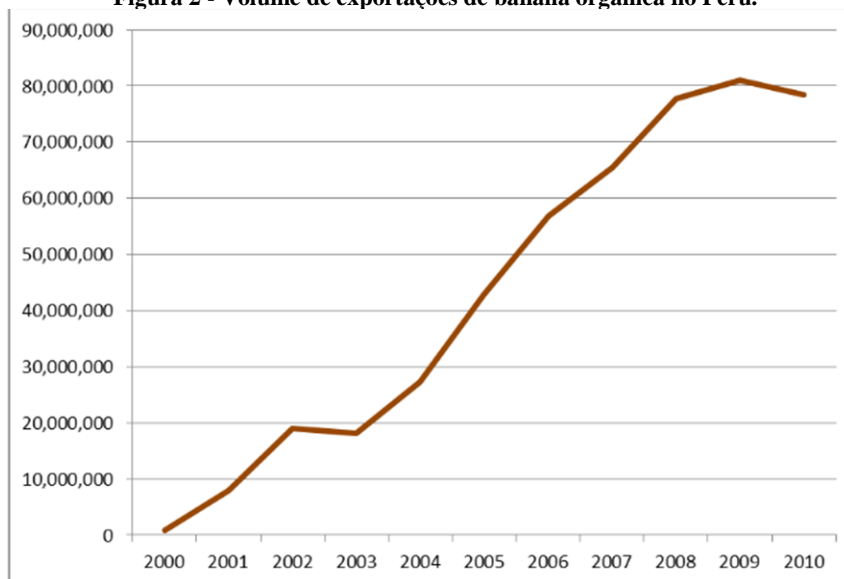
Figura 1- Mapa do Perú.



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/perumancora>

Anexo II

Figura 2 - Volume de exportações de banana orgânica no Perú.



Fonte: ADEX - Aduanas. Elaboração: PLADES

