An aerial photograph showing a rural settlement nestled between a river and a dense forest. The settlement features several buildings with grey roofs, a large green pond, and a dirt road. The surrounding area is lush with greenery, including palm trees and other tropical vegetation. A dark purple rectangular box is overlaid on the center of the image, containing white text.

Diretrizes para a relação
comercial entre empresas e
comunidades na bioeconomia
sustentável e inclusiva

MAIO 2023

SUMÁRIO

03	APRESENTAÇÃO
05	DO QUE ESTAMOS FALANDO? NIVELANDO CONCEITOS
08	MODELOS DE NEGÓCIOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE
10	VALORES PARA A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES
11	RESPEITO
11	TRANSPARÊNCIA
12	PARTICIPAÇÃO
12	CORRESPONSABILIDADE
13	DIRETRIZES PARA A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES
15	DIRETRIZ 1: CONSERVAÇÃO E USO SUSTENTÁVEL DA BIODIVERSIDADE
18	DIRETRIZ 2: DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL
21	DIRETRIZ 3: CONFORMIDADE LEGAL
24	DIRETRIZ 4: DESENVOLVIMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS
26	DIRETRIZ 5: DESENVOLVIMENTO DA RELAÇÃO COMERCIAL
28	DIRETRIZ 6: REMUNERAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO JUSTA DOS RESULTADOS E FORMALIZAÇÃO DA RELAÇÃO COMERCIAL
32	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APRESENTAÇÃO

As Diretrizes para a Relação Comercial entre Empresas e Comunidades aqui apresentadas é uma iniciativa do Projeto Bioeconomia e Cadeias de Valor, uma parceria entre o Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) e a Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, com apoio do Ministério Federal da Cooperação Econômica e do Desenvolvimento (BMZ) da Alemanha, em uma parceria com o Consórcio ECO- Consult e a Conexsus.

O desenvolvimento da relação comercial no contexto da sociobiodiversidade tende a ser um processo de longo prazo com investimentos tanto da empresa quanto da comunidade. As diretrizes apontam os caminhos que a relação comercial pode trilhar para gerar os resultados pretendidos e anunciados pela bioeconomia sustentável e inclusiva.

As diretrizes foram construídas como referenciais para qualificar a relação comercial entre empresas interessadas em negócios com comunidades tradicionais, povos indígenas e agricultores familiares, e convidam a refletir sobre as suas práticas e avançar na qualificação da relação comercial.

Esta publicação foi motivada pela demanda do setor privado, que reconhece sua relação de interdependência e risco junto às suas cadeias de valor, como também as oportunidades que negócios da sociobiodiversidade podem trazer para geração de valor para a marca, consumidores e investidores.



Assim sendo, essas empresas reconhecem que é urgente a tomada de ações para deixar o cenário tendencial (business as usual) para trás e trazer mudanças para a forma de fazer negócios, reduzindo pressões nos ecossistemas e atuando de forma responsável e inclusiva junto às suas cadeias de suprimento, gerando impactos positivos para a conservação como também, prosperidade para ambas as partes, numa relação mais justa e equilibrada de ganha-ganha (win-win).

Este documento não é um roteiro de ações ou protocolo para certificação. Trata-se de um conjunto de diretrizes orientadoras para fortalecer e qualificar a relação comercial com soluções customizadas caso a caso, a partir das necessidades dos envolvidos nos diferentes contextos e realidades em que as cadeias se inserem.

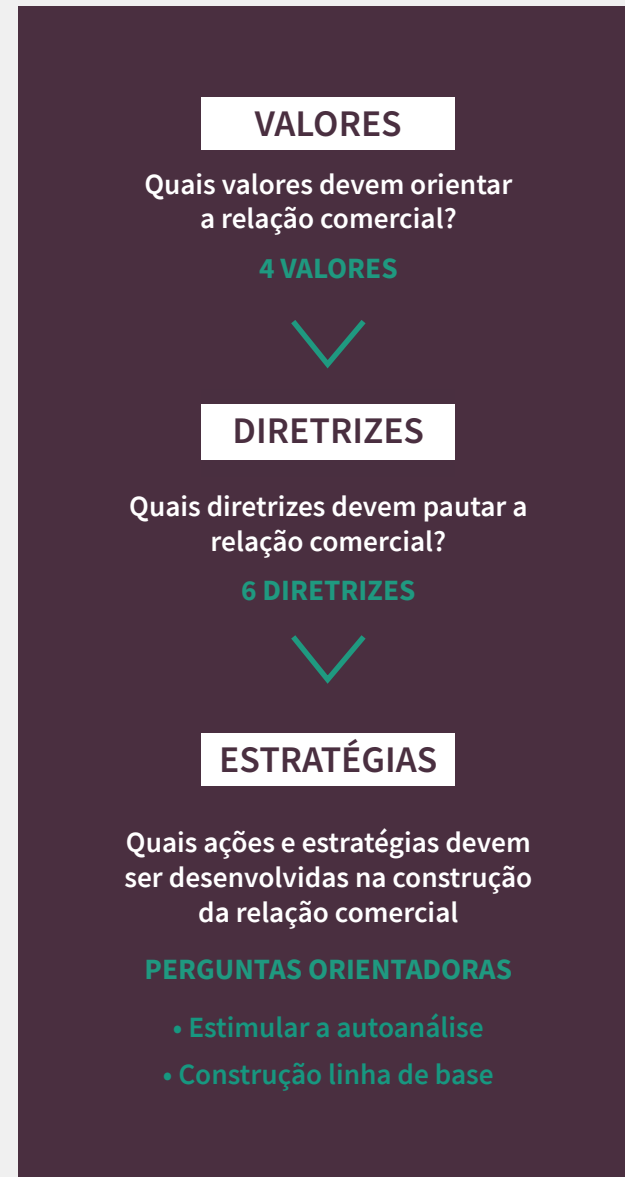
Para auxiliar as empresas a avaliarem as cadeias e contextos de seu interesse, o documento aponta valores essenciais que percorrem todos os aspectos da relação comercial, desdobrando-se em diretrizes que agrupam diferentes temas que pautam relações comerciais mais responsáveis.

Para cada diretriz são definidas estratégias que orientam ações a serem desenvolvidas na construção da relação comercial. E para cada estratégia, são colocadas algumas questões que apoiam a autorreflexão sobre a relação comercial da empresa com as comunidades (Figura 1).

Estas diretrizes são o resultado de uma ampla revisão e sistematização bibliográfica que percorre as diferentes facetas da relação comercial entre empresas e comunidades no âmbito da bioeconomia sustentável e inclusiva, além de contar com a expertise e vivência prática dos autores e da equipe de coordenação com o tema. A proposta é ser um documento de consulta, que traga de forma consolidada, crível e prática, os valores, conceitos direcionadores do desenvolvimento da relação comercial entre empresas e comunidades na bioeconomia sustentável e inclusiva.

Esperamos que este documento seja relevante para as empresas e negócios comunitários, como também colabore para o trabalho de pessoas e organizações que compõem o ecossistema das cadeias de valor da sociobiodiversidade, e desafiam-se a construir uma bioeconomia inclusiva e criativa.

Boa leitura!



DO QUE ESTAMOS FALANDO?

NIVELANDO CONCEITOS

Considerando que as diretrizes para a relação comercial entre empresas e comunidades no âmbito de cadeias de valor da sociobiodiversidade, são o foco deste documento, faz-se fundamental a definição do contexto no qual se inserem as diretrizes aqui tratadas, assim como, ter clareza do significado de termos adotados neste documento.

A figura 2 representa hierarquias e recortes que auxiliam a localizar onde as diretrizes de relação comercial se inserem.

Primeiramente, o **contexto** no qual se inserem os esforços de construção de diretrizes para a relação comercial entre empresas e comunidades é o da **Bioeconomia**, cujo conceito amplo requer um recorte mais específico da **Bioeconomia sustentável e inclusiva**, que visa promover a inclusão, valorização e participação efetiva dos povos e comunidades através da valorização econômica de cadeias de valor de produtos da sociobiodiversidade e a consolidação de mecanismos de mercado, visando um enfrentamento efetivo do desmatamento e da perda de biodiversidade.



Figura 2 –Representação da hierarquia de contextos e atores da relação comercial entre empresas e comunidades no âmbito da bioeconomia. Ressaltamos as dimensões do contexto em que as diretrizes de relação comercial entre empresas e comunidades se inserem.

As cadeias de valor da sociobiodiversidade são cadeias de produtos da sociobiodiversidade que englobam um sistema integrado de atores e de processos (produção, processamento, comercialização, capacitação, pesquisa, regulamentação, financiamento) que promovam a manutenção e valorização de práticas e saberes locais, assegurem os direitos de comunidades e famílias, gerando renda e promovendo a melhoria de sua qualidade de vida e do ambiente em que vivem (Plano Nacional da Sociobiodiversidade de 2009).

Nas diretrizes da relação comercial entre empresa e comunidade, definimos que a dimensão das cadeias de valor da sociobiodiversidade extrapola a dimensão da relação comercial aqui tratada.

Consideramos que as **cadeias de valor da sociobiodiversidade** tem caráter mais amplo e setorial, integrando atores públicos e privados no desenvolvimento de esforços conjuntos (ex. regulatório, financeiro, pesquisa e tecnologia) para desenvolvimento dos produtos da sociobiodiversidade e a inclusão socioeconômica das comunidades.

O foco das diretrizes de relação comercial entre empresas e comunidades é na cadeia de suprimentos que integra diversos atores e etapas de produção, processamento, logística e comercialização de um produto de base de produção comunitária para uma empresa compradora.

Quanto ao **Produto** nos referimos a produtos inseridos em uma cadeia de suprimentos de base de produção comunitária para uma empresa compradora, com valor agregado de serviços ambientais (conservação) e sociais (inclusão). Produtos podem ser oriundos de **extrativismo** (produtos da sociobiodiversidade como castanha, borracha, açaí, murumuru, cacauí, pri-prioca, pirarucu...) ou **cultivados** (cacau, café, guaraná, mandioca...) em sistemas agrícolas ou agroflorestais de baixo impacto ambiental, produzidos por comunidades tradicionais, indígenas ou agricultores familiares.

A relação comercial entre empresa e comunidade consiste na relação de compra de produtos por uma empresa compradora de uma comunidade produtora, que pode ocorrer de forma individual ou organizada por meio de associações e/ou cooperativas. Há diferentes configurações e modelos de relação comercial, que ocorrem



foto: Amora Produções



foto: Amora Produções

desde a compra pontual até relações de parceria de longo prazo com maior profundidade de engajamento da empresa e da comunidade (ver seção modelos de negócios da sociobiodiversidade). Neste documento usamos o termo de relação comercial entre empresa e comunidade de maneira a englobar as diferentes configurações da relação comercial no âmbito da cadeia de suprimentos (ver destaque em laranja na Figura 2).

Comunidades, o termo aqui empregado adota o conceito de PIPCTAFs (Povos Indígenas, Povos e Comunidades Tradicionais e/ou Agricultores Familiares) de grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (Plano Nacional da Sociobiodiversidade 2009). São eles: povos indígenas, quilombolas, ribeirinhos, seringueiros, e agricultores familiares.

Empresas são organizações econômicas que compram e comercializam produtos oriundos de comunidades, seja para o consumidor final ou como intermediárias para outras empresas.

MODELOS DE NEGÓCIOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE



foto: Vahnessa Eyng

Os negócios da sociobiodiversidade se materializam em uma variedade de formatos de relações entre empresas e comunidades. Nesta publicação denominamos esses arranjos e gradiente de relação como tipos de modelos de negócios entre empresas e comunidades.

Longe de buscar a idealização, decidir sobre o tipo de relação que se busca estabelecer dependerá do produto, grau de desenvolvimento da cadeia, dos interesses e condições da comunidade e da empresa, do tempo de relacionamento, do contexto de incentivos, da presença

DENTRE AS POSSIBILIDADES DE RELAÇÕES COMERCIAIS PODEMOS IDENTIFICAR (ALMEIDA, 2013):

- Compra e venda a preços de mercado (tipo balcão);
- Investimentos na melhoria das condições de produção e qualidade do produto;
- Compra e venda a preço diferenciado, incorporando “valores” ou serviços da sociobiodiversidade;
- Múltiplas parcerias para estruturação da cadeia de suprimentos;
- Venda com garantia de compra de médio e longo prazo;
- Apoios financeiros para ações sociais como saúde, educação e cultura.

de outros parceiros, do mercado consumidor, entre outros fatores.

Nota-se que há uma tendência generalizadora de denominar a relação entre empresas e comunidades como parceria. Isso deve-se ao fato desse nome estar associado a uma “coisa boa” (Mayers and Vermeulen, 2002), que valoriza e dá mais credibilidade à relação.

Mudanças promovidas numa relação buscando torná-la uma parceria fortalecida podem ser uma vantagem ou uma desvantagem para cada parte. Afinal, uma parceria traz não só direitos, mas também deveres que devem ser cumpridos. Algumas relações podem não se tornar uma parceria de fato, embora possam continuar sendo interessantes para ambas as partes, dependendo das necessidades e capacidades de cada um, empresa e comunidade (Almeida, 2013).

Importante considerar que no âmbito desta publicação, os valores e diretrizes são orientadores dos diferentes modelos de negócios, cabendo customizar e definir mecanismos e instrumentos adequados a cada uma dessas realidades e aspirações.



foto: Vahnessa Eyng

VALORES PARA A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES

Negócios da sociobiodiversidade são modelos econômicos inseridos em sistemas sociais complexos. No nível local, pode haver diferenças culturais, assimetrias de informação, capacidades díspares e distribuições desequilibradas de poder.

A viabilidade econômica e social dos produtos e cadeias da sociobiodiversidade depende da fundação e adaptação das cadeias produtivas, nas quais cada ator assume uma posição interdependente e corresponsável. O processo de construção do relacionamento pode demandar tempo e necessita estar orientado por valores claros e que constituem a base na qual a relação se desenvolve.

Conceitualmente, valores orientam as interações entre as pessoas e determinam os resultados e as consequências de comportamentos e ações. No contexto desta publicação, os valores constituem conceitos fundamentais que devem estar presentes em todas as interações entre os atores da cadeia. O estabelecimento de um conjunto de valores cria referenciais para orientar comportamentos e ações, apoiar na tomada de decisão, lidar com possíveis dúvidas e avaliar oportunidades, por exemplo.

Com base na literatura, destaca-se 4 valores norteadores para a relação comercial entre empresas e comunidades no contexto de cadeias da sociobiodiversidade. São eles:



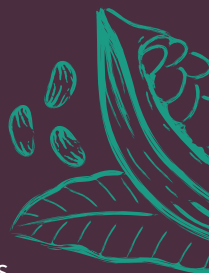
Ressalta-se que estes valores são transversais, interconectados e apresentam o mesmo grau de relevância, formando o alicerce orientador das diretrizes e estratégias apresentadas neste documento.

RESPEITO

A construção do relacionamento parte do respeito a todos os atores envolvidos. Quando há participação de atores comunitários, faz-se necessário compreender seus direitos e seus modos de vida, práticas, valores, necessidades e aspirações. O respeito deve orientar os processos de diálogo, de conhecimento e construção e de tomada de decisão da relação entre empresas e comunidades.

ESTE PRINCÍPIO INFLUÊNCIA:

- A conduta e postura das pessoas;
- Os direitos dos povos e comunidades;
- A maneira como as discussões são realizadas.



TRANSPARÊNCIA

O diálogo demanda troca de informações entre os atores como fatos, números, explicações. A interação entre empresa e comunidade deve ser transparente e clara ao dialogar, expor e comunicar exigências, condições, limitações e objetivos. A forma e o conteúdo das informações, assim como, os processos para diálogo e consentimento sobre ações que trazem implicações para os atores devem considerar os aspectos socioculturais das comunidades, de maneira a empoderá-los na discussão e na tomada de decisão. O exercício contínuo da transparência, associado ao respeito e a participação efetiva, são precursores do estabelecimento da confiança no âmbito do relacionamento entre empresas e comunidades.

ESTE PRINCÍPIO INFLUÊNCIA:

- A sistematização e compartilhamento de informações;
- A qualidade do diálogo;
- A relevância e adequação dos acordos; e
- A confiança em construção entre os atores.



PARTICIPAÇÃO



Participação vai além da consulta aos atores envolvidos. O diálogo é o processo construído e implementado pelos atores da cadeia para estabelecer discussões equilibradas, respeitadas e inclusivas e para construir relações justas e éticas. A intencionalidade do diálogo deve estar expressa não somente no estabelecimento de acordos, mas na definição de momentos de avaliação e aprendizagem, e de processos de resolução dos conflitos quando existirem.

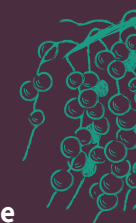
ESTE PRINCÍPIO INFLUÊNCIA:

- Onde, como e quando os encontros são organizados;
- As pessoas ou grupos informados e convidados (representatividade e diversidade);
- A metodologia usada nos encontros; e
- O compromisso com a discussão e acordos.

CORRESPONSABILIDADE

O valor de corresponsabilidade orienta a divisão de responsabilidades e riscos entre os atores da cadeia que devem ser compartilhados de acordo com as capacidades de cada ator, buscando criar condições de produção e comercialização que atendam às necessidades de produtores e compradores. O conhecimento mútuo entre os atores com atenção às especificidades, necessidades, capacidades e objetivos de cada parte é essencial para definir as responsabilidades e as estratégias de mitigação e absorção de riscos na cadeia/negócio.

ESTE PRINCÍPIO INFLUÊNCIA:

- O grau de exposição da empresa aos riscos do negócio;
 - O grau de exposição da comunidade aos riscos do negócio;
 - A clareza e o compromisso quanto às responsabilidades de cada ator;
 - O desenho e o custeio de desenvolvimento de capacidades; e
 - A qualidade dos acordos.
- 

DIRETRIZES PARA A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES

Esta seção apresenta seis diretrizes para orientar a relação comercial entre empresas e comunidades no contexto da bioeconomia sustentável e inclusiva (Figura 3). Para desdobrar as diretrizes na prática da relação comercial, foram desenvolvidos, para cada diretriz, um conjunto de estratégias que indicam campos de ação e algumas questões que auxiliem empresas e atores da cadeia, a refletirem sobre suas iniciativas e identifiquem oportunidades de desenvolvimento. Cabe ressaltar que, assim como os valores, as diretrizes apresentam o mesmo grau de relevância entre si. Para fins didáticos elas foram estruturadas em seis temas.



foto: Amora Produções

DIRETRIZES PARA A RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE EMPRESAS E COMUNIDADES

- 6.1** Identificação dos custos de produção, processamento, organização e comercialização envolvendo ambas as partes.
- 6.2** Definição dos serviços e valores que compõem o preço do produto.
- 6.3** Desenvolvimento de parâmetros para remuneração dos diversos atores diretamente envolvidos na produção e comercialização.
- 6.4** Investimento social, valorização e benefícios comunitários.
- 6.5** Construção e formalização de acordos e contratos responsáveis e transparentes
- 6.6** Geração de valor para o negócio.

- 5.1** Visão compartilhada sobre o objetivo da relação comercial conforme o modelo de negócio e com compartilhamento de informações.
- 5.2** Representatividade, legitimidade e informação nos processos de negociação e tomada de decisão
- 5.3** Gestão avaliação e desenvolvimento da relação comercial
- 5.4** Geração de valor para o negócio.

- 4.1** Planejamento dos investimentos na cadeia de suprimentos.
- 4.2** Planejamento do desenvolvimento de capacidades dos atores da cadeia de suprimentos.
- 4.3** Desenvolvimento de parcerias multi-institucionais para fortalecimento da cadeia de suprimentos.
- 4.4** Geração de valor para o negócio.



- 1.1** Identificação dos impactos da cadeia sobre a biodiversidade e ameaças à biodiversidade no território em que se insere a relação comercial.
- 1.2** Fomento de práticas e estratégias que promovam o uso sustentável.
- 1.3** Monitoramento e gestão dos impactos e ameaças.
- 1.4** Geração de valor para o negócio.

- 2.1** Conhecimento da realidade sociocultural e dos direitos que incidem sobre as famílias e grupos que formam a base de produção
- 2.2** Respeito ao modo de vida, à organização social e da produção incorporados nos processos e na relação comercial
- 2.3** Processo inclusivo para seleção de famílias produtoras
- 2.4** Geração de valor para o negócio.

- 3.1** Conhecimento de leis e regulamentos que incidem sobre a cadeia e o produto e avaliação do grau de conformidade da cadeia/produto.
- 3.2** Fortalecimento do cumprimento legal na cadeia e produto.
- 3.3** Acordos quanto às implicações e consequências do descumprimento legal.
- 3.4** Geração de valor para o negócio.

DIRETRIZ 1

CONSERVAÇÃO E USO SUSTENTÁVEL DA BIODIVERSIDADE

OBJETIVOS

Assegurar que as práticas de produção, processamento e comercialização de produtos promovam conservação e uso sustentável da biodiversidade.

JUSTIFICATIVA

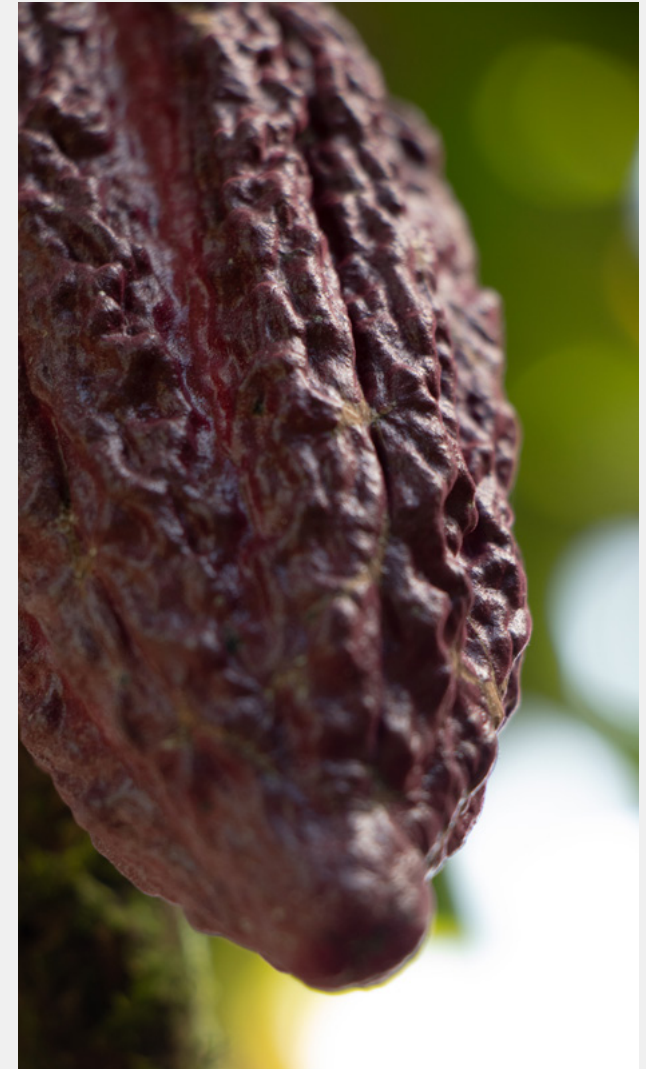
Atividades econômicas, de forma geral, impactam a manutenção da biodiversidade e dos serviços oriundos da natureza. Mercados cada vez mais exigentes demandam que empresas meçam e mitiguem esses impactos e, por outro lado, é crescente o interesse de consumidores por produtos diferenciados que promovam a conservação da biodiversidade, ao mesmo tempo que geram inclusão socioeconômica.

No contexto da bioeconomia sustentável e inclusiva almeja-se resultados mais significativos. Ao lado da redução de impactos e ameaças possivelmente gerados pela atividade econômica, e que podem colocar em risco a própria existência do negócio, busca-se contribuir para o enfrentamento efetivo do desmatamento e da perda da biodiversidade através da valorização econômi-

ca de ativos da biodiversidade e como estratégia de inclusão produtiva e fortalecimento de povos e comunidades.

Assim, essa diretriz foca, no entendimento, gestão e monitoramento dos impactos da cadeia sobre a biodiversidade, como também visa fortalecer práticas de produção, processamento e comercialização que promovam o uso sustentável e a conservação da biodiversidade.

Nesse sentido, alguns riscos e efeitos negativos sobre a biodiversidade merecem especial atenção, como por exemplo, a conversão de área de floresta para plantio de monoculturas decorrentes de forças do mercado, tais como aumento exponencial da demanda e preço. Do mesmo modo que, a força de mercado inversa, como a





baixa demanda e desvalorização do produto, faz com que outras atividades produtivas indutoras do desmatamento sejam economicamente mais atrativas, como a pecuária, por exemplo.

Outro ponto de atenção é o respeito ao ciclo de vida das espécies, para que as forças de mercado colaborem para a conservação da espécie e não gerem impacto de superexploração destas espécies, colocando-as sob pressão e ameaça de extinção.

Efeitos positivos da atividade econômica sobre a biodiversidade, como a ampliação da resiliência do território contra ameaças externas decorrente da presença e do envolvimento de povos e comunidades, consiste em tema que deve ser observado e valorizado nestas cadeias.

As ações de monitoramento ambiental dentro da cadeia, considerando a produção, beneficiamento e logística, devem envolver os diversos atores na coleta, de maneira a incorporar a análise de impactos, ameaças e efeitos positivos nas decisões de produção e comercialização, para que a consolidação de alternativas ao desmatamento e uso predatório da biodiversidade sejam de fato alcançados.

Quadro 1 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>1.1 Identificação dos impactos da cadeia sobre a biodiversidade e ameaças à biodiversidade no território em que se insere a relação comercial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • São conhecidos os impactos positivos e negativos da cadeia sobre a biodiversidade? 	<ul style="list-style-type: none"> • São conhecidas as ameaças à biodiversidade no território e seus impactos sobre a cadeia/ produto e a comunidade?
<p>1.2 Fomento de práticas e estratégias que promovam o uso sustentável.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Que práticas de produção, beneficiamento e comercialização são aplicadas para contribuir para o uso sustentável da biodiversidade? 	
<p>1.3 Monitoramento e gestão dos impactos e ameaças.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Há monitoramento e informações disponibilizadas e acessíveis sobre impactos e ameaças à biodiversidade? • Como essas informações são incorporadas no processo de decisão e planejamento da cadeia? 	<ul style="list-style-type: none"> • Qual o grau de envolvimento da comunidade e da empresa no monitoramento e na análise de informações? • Como as responsabilidades da gestão de impactos são compartilhadas entre empresa e comunidade e outros atores?
<p>1.4 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como as boas práticas de manejo, produção, beneficiamento, comercialização se relacionam com as práticas de ESG da empresa? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quais estratégias são utilizadas para gerar valor para empresa, por meio dos impactos positivos do modelo de negócio sobre a biodiversidade, junto às partes interessadas, tais como: consumidores, investidores, colaboradores e fornecedores?

DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL

OBJETIVOS

Reconhecer e respeitar direitos e diversidade sociocultural dos povos e comunidades ao promover sua inclusão através da relação comercial.

JUSTIFICATIVA

Os grupos sociais envolvidos nas cadeias da sociobiodiversidade possuem identidade e características sociais, culturais e econômicas próprias, e mantêm relações específicas com o território e com o ambiente natural no qual estão inseridos. Seus modos de vida tradicionais alinham-se com princípios de conservação e uso sustentável de ecossistemas, que contribuem para a manutenção dos serviços ambientais e redução dos impactos das mudanças climáticas no planeta.

Estas comunidades são grupos historicamente marcados pela exploração e exclusão por questões étnico-raciais e socioeconômicas, e também, por questões relacionadas à posse das terras por eles tradicionalmente ocupadas. Além disso, a apropriação dos saberes tradicionais é uma ameaça aos direitos ancestrais dessas comunidades. A organização comunitária desses grupos

tem grau de coesão variado, e muitas podem não contar com organizações e lideranças fortalecidas e representativas, colocando-as em maior vulnerabilidade para estabelecer relações comerciais.

As mulheres têm um papel fundamental na manutenção e transmissão do modo de vida tradicional e do saber acumulado dos grupos aos quais pertencem. Também sofrem diretamente o impacto de ações predatórias ao ambiente que colocam em risco a manutenção da família e de seus grupos. No entanto, tradicionalmente encontram-se invisibilizadas ou à margem das atividades econômicas e processos de tomada de decisão. Assim como as mulheres, os jovens, herdeiros do território e da identidade destas comunidades, muitas vezes são periféricos ou não participam diretamente de atividades que impactam a vida de seus grupos.



foto: Amora Produções



foto: Florian Kopp

A bioeconomia sustentável e inclusiva pode contribuir para redução da desigualdade, promoção da justiça social, melhoria da qualidade de vida dessas populações, dar visibilidade e valorizar seus modos de vida, seus direitos e o papel de defesa de seus territórios.

Se por um lado, as relações comerciais podem contribuir para que comunidades fortaleçam

seus direitos sobre o território, o acesso aos recursos naturais e gerem renda. Por outro lado, os critérios de participação e a forma de distribuição de benefícios na comunidade pode favorecer indivíduos e grupos familiares em detrimento de outros, reforçando desigualdades e conflitos. Também o aumento na demanda por ativos da sociobiodiversidade pode levar à transferência de seu controle para outros atores, ou à individualização de direitos coletivos, e ainda afetar outras atividades e o modo de vida (subsistência, dependência econômica, etc). Portanto, a forma

como a relação comercial se desenvolve pode fazer com que a atuação da empresa seja um vetor de fortalecimento ou de enfraquecimento do tecido social existente.

Esta diretriz busca enfatizar alguns dos aspectos a serem considerados para reconhecer e respeitar esses povos e comunidades em alguns dos processos que estruturam a relação comercial com empresas.

Quadro 2 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Diversidade Sociocultural.

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>2.1. Conhecimento da realidade sociocultural e dos direitos que incidem sobre as famílias e grupos que formam a base de produção</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O que é feito para compreender o modo de vida, organização social e produtiva das comunidades? 	<ul style="list-style-type: none"> • Como o reconhecimento da diversidade sociocultural, o respeito aos direitos e a promoção da inclusão têm sido considerados no desenho da relação comercial e no desenvolvimento da cadeia/produto?
<p>2.2. Respeito ao modo de vida, à organização social e da produção incorporados nos processos e na relação comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Algum aspecto da relação comercial pode impactar negativamente ou colocar em risco o modo de vida (produção de subsistência, ritmo de trabalho da família, calendário, relações de troca e outros), a transmissão de conhecimentos tradicionais ou os direitos individuais e coletivos da comunidade? 	<ul style="list-style-type: none"> • São conhecidos e considerados os possíveis mecanismos comunitários de garantia das salvaguardas (protocolo comunitário, plano de desenvolvimento, plano de vida,...)?
<p>2.3. Processo inclusivo para seleção de famílias produtoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quais os critérios para seleção de famílias que compõem a base de produção? Esses critérios são claramente compreendidos pela comunidade? • Em que medida os critérios são inclusivos considerando a comunidade como um todo? 	<p>Algum critério tem impedido a participação de famílias interessadas? O que pode ser feito para criar condições para participação?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como a relação comercial tem oportunizado a inclusão e o acesso aos benefícios, atividades e recursos por parte de mulheres e jovens? Existem ações específicas voltadas a esses grupos?
<p>2.4 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como as práticas de diversidade e inclusão da cadeia de suprimentos dos produtos da sociobiodiversidade se relacionam com as práticas de ESG da empresa? • Quais estratégias são utilizadas para gerar valor para empresa, decorrentes das boas 	<p>práticas de diversidade e inclusão adotadas na cadeia de suprimentos dos produtos da sociobiodiversidade junto às partes interessadas, tais como: consumidores, investidores, colaboradores e fornecedores?</p>

CONFORMIDADE LEGAL

OBJETIVOS

Promover e garantir a conformidade com leis e regulamentos nacionais e internacionais com ênfase às legislações ambiental, social, trabalhista, sanitária, fiscal e fundiária pertinentes à cadeia e ao produto.

JUSTIFICATIVA

O cumprimento da legislação vigente nas diferentes esferas a nível nacional e em consonância com os acordos internacionais é requisito mínimo e indispensável de qualquer negócio e pode ser um critério decisivo para o estabelecimento da relação comercial. A legislação pode incidir de maneira diferente conforme a cadeia ou produto, quem produz, o bioma ou outras variações. É preciso estar atento a cada situação específica. De acordo com o produto e seu processamento, incidem normas e legislações específicas, como a sanitária, por exemplo.

É fundamental que empresa e comunidade conheçam e atendam à legislação vigente que regulamenta a cadeia de suprimento e habilita cada ator a cumprir seu respectivo papel.

No contexto da Bioeconomia Inclusiva e Sustentável, aspectos ambientais, fundiários e sociais (relacionados aos direitos de povos tradicionais e originários) são fundamentais e demandam atenção criteriosa das empresas tanto no entendimento quanto no cumprimento do arcabouço legal vigente.

As legislações trabalhista e previdenciária devem ser analisadas de acordo com o contexto da cadeia, e tratadas de maneira clara para não haver questionamentos trabalhistas na relação comercial.

Um ponto de atenção é a necessidade das empresas atentarem-se ao entendimento da legislação em conjunto com a compreensão e respeito ao modo de vida tradicional. Deve considerar as convenções da Organização Internacional do



foto: Vahnessa Eyng



foto: Vahnessa Eyng

Trabalho - OIT, que apresenta um conjunto de 8 convenções que tratam dos direitos fundamentais do trabalho (quadro ao lado).

Em casos específicos de pesquisa e inovação de novos ingredientes e produtos da socio-biodiversidade junto às comunidades, com a exploração econômica de produto acabado ou material reprodutivo, criados a partir do patrimônio genético ou conhecimento tradicional associado, é necessário conhecer e seguir as prerrogativas da Lei 13.123/2015, que dispõe sobre o acesso ao patrimônio genético, sobre a proteção e o acesso ao conhecimento tradicional associado e sobre a repartição de benefícios para conservação e uso sustentável da biodiversidade.

A não conformidade com a legislação implica em riscos legais e reputacionais, que podem ser associados a crimes ambientais ou negligência de direitos dos povos e comunidades tradicionais afetando diretamente a cadeia e o negócio.

A compreensão da conformidade legal na cadeia é instrumental para os atores poderem pactuar os aspectos mais relevantes para uma observação compartilhada entre as partes. O desenvolvimento de acordos e instrumentos de monitoramento são recomendáveis, principalmente nos aspectos relacionados à regularidade ambiental associada ao desmatamento no âmbito das cadeias de suprimento, que assumem importância e peso significativo no contexto da bioeconomia inclusiva e sustentável.

DIREITOS FUNDAMENTAIS NO TRABALHO, DE ACORDO COM A OIT, SÃO:

- A liberdade sindical e o reconhecimento efetivo do direito de negociação coletiva (convenções 87 e 98);
- A eliminação de todas as formas de trabalho forçado e obrigatório (convenções 29 e 105);
- A efetiva abolição do trabalho infantil (convenções 138 e 182);
- A eliminação da discriminação em matéria de emprego e ocupação (convenções 100 e 111).

Quadro 3 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Conformidade Legal.

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>3.1. Conhecimento de leis e regulamentos que incidem sobre a cadeia e o produto e avaliação do grau de conformidade da cadeia/ produto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A legislação pertinente à cadeia é conhecida? • A responsabilidade de cada ator da cadeia no cumprimento dos requisitos legais é conhecida pelas partes? • As expectativas e metas de conformidade legal são claras e acordadas entre os atores da 	<p>cadeia? Há temas prioritários? Dialogam com critérios de seleção de famílias?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe algum aspecto com maior relevância a ser observado (por exemplo condições de trabalho, desmatamento ou outros)?
<p>3.2. Fortalecimento do cumprimento legal na cadeia e produto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Há clareza para a comunidade das responsabilidades legais e direitos a ela atribuídos? • Quais ações são necessárias e desenvolvidas para fortalecer a conformidade legal na cadeia? 	<ul style="list-style-type: none"> • Como o cumprimento legal da cadeia é monitorado? Há mecanismos para reportá-lo entre os atores? • Que outros compromissos (agendas, pactos e outros) podem fortalecer e reconhecer o cumprimento legal?
<p>3.3. Acordos quanto às implicações e consequências do descumprimento legal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quais implicações e consequências o não-cumprimento dos diferentes requisitos legais impõem aos atores da cadeia? 	<ul style="list-style-type: none"> • Qual o grau de entendimento dos atores, principalmente a comunidade, dos mecanismos de avaliação e correção adotados?
<p>3.4 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como conformidade com leis e regulamentos nacionais e internacionais junto a cadeia dos produtos da sociobiodiversidade se relacionam com as práticas de ESG da empresa? 	

DESENVOLVIMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

OBJETIVOS

Promover o desenvolvimento da cadeia de suprimentos através de investimentos em produção, processamento e comercialização e nas capacidades de famílias produtoras e organizações comunitárias, assim como, das empresas compradoras e outros atores da cadeia.

JUSTIFICATIVA

As cadeias da sociobiodiversidade e da agricultura familiar se inserem em contextos de vulnerabilidade ambiental, social e econômica e de desigualdade significativa entre os atores envolvidos. Comunidades envolvidas nestas cadeias podem partir de uma posição de desvantagem econômica, desconhecimento do mercado e suas exigências assim como, estarem expostas a um contexto de pressão e ameaça de atividades predatórias. Além disso, alguns produtos são tradicionalmente manejados, integrados à cultura local, enquanto outros necessitam de mudança ou inovação na forma de coletar ou cultivar.

Por outro lado, mesmo já familiarizada com determinada cadeia, as especificações de qualidade, comercialização, a gestão das notas e en-

tregas, o compromisso com a sustentabilidade podem ser um grande desafio para as famílias produtoras ou mesmo para algumas cooperativas de pequeno porte.

O entendimento e clareza das capacidades requeridas e ações concretas para o desenvolvimento das habilidades e capacidades por parte de todos os atores envolvidos, assim como, do investimento nas estruturas e processos de produção e comercialização são essenciais para garantir qualidade e regularidade de produto, o desenvolvimento da relação comercial e promover a prosperidade e a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

O plano de desenvolvimento da cadeia deve partir da visão e necessidades da empresa e da co-



foto: Jose Diaz

munidade, das suas expectativas, das lacunas e oportunidades do contexto de cada cadeia, com importante ênfase nas ações de desenvolvimento de capacidades e construção de autonomia das comunidades e dos demais atores inseridos na relação comercial. Devido à complexidade dos fatores que condicionam o sucesso e o desenvolvimento de uma cadeia de valor da sociobiodiversidade ou agricultura familiar, muitas vezes a relação comercial sozinha pode não ser suficiente para alavancar o negócio. No entanto, uma relação comercial colaborativa pode potencializar a agregação de diferentes parcerias multi-institucionais impulsionando diferentes aspectos da cadeia, permitindo seu amadurecimento e consolidação e elevando a atratividade econômica do negócio.

Quadro 4 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Desenvolvimento da Cadeia de Suprimentos

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>4.1 Planejamento dos investimentos na cadeia de suprimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Há clareza quanto às necessidades de investimento e as estratégias para desenvolvimento da cadeia? O desenvolvimento da cadeia de suprimentos é orientado por um plano de ação com visão compartilhada entre os atores? • Qual o grau de envolvimento na construção e o comprometimento dos atores com o plano? Existem processos de avaliação previstos? 	<ul style="list-style-type: none"> • Estratégias de rastreabilidade do produto são empregadas? Como tem contribuído para os resultados de conservação e de mercado e para a relação comercial? • Existem mecanismos financeiros adequados e disponíveis para os investimentos necessários à cadeia?
<p>4.2 Planejamento do desenvolvimento de capacidades dos atores da cadeia de suprimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • São conhecidos os limitantes e potencialidades das capacidades dos atores envolvidos para execução dos planos? • Quais os processos de capacitação de atores e como têm contribuído para a melhoria da ca- 	<p>deia e da satisfação dos atores envolvidos? Existem processos de avaliação previstos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existem mecanismos financeiros adequados e disponíveis para os investimentos necessários no desenvolvimento das capacidades dos atores?
<p>4.3 Desenvolvimento de parcerias multi-institucionais para fortalecimento da cadeia de suprimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estão identificados os atores externos que podem contribuir com o desenvolvimento da cadeia de suprimentos? • Quais estratégias desenvolvidas para mobilização de parcerias, apoio técnico e financeiro para desenvolvimento de parcerias multi-institucionais? Existem processos de avaliação previstos? 	<ul style="list-style-type: none"> • Como garantir um alinhamento sobre a visão de futuro da cadeia e dos diferentes papéis institucionais para que não haja sobreposição ou confronto de ações e os esforços e recursos sejam otimizados?
<p>4.4 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como a promoção do desenvolvimento das cadeias dos produtos da sociobiodiversidade e das capacidades dos atores se relacionam com as práticas de ESG da empresa? • Quais estratégias são utilizadas para gerar valor para empresa, por meio da promoção 	<p>do desenvolvimento das cadeias dos produtos da sociobiodiversidade e das capacidades dos atores, junto às partes interessadas, tais como: consumidores, investidores, colaboradores e fornecedores?</p>

DESENVOLVIMENTO DA RELAÇÃO COMERCIAL

OBJETIVOS Fortalecer a relação comercial entre os atores da cadeia, estabelecendo processos pautados no conhecimento mútuo, diálogo e transparência que favorecem um ambiente colaborativo e de confiança.

JUSTIFICATIVA

A relação comercial se fortalece a partir da confiança e da corresponsabilidade entre os envolvidos. A construção de um ambiente colaborativo baseado no conhecimento mútuo, na transparência e no desenho de objetivos compartilhados favorece a qualidade da relação comercial. Para que esta possa ser desenvolvida, as partes necessitam encontrar sua forma de funcionar, definindo espaços, processos e instrumentos.

As soluções são específicas para cada contexto com base nas necessidades, no modelo de negócio, nas responsabilidades e capacidades das partes, nos riscos e benefícios envolvidos, assim como, no momento e maturidade da relação comercial.

A profundidade da relação comercial depende do interesse das partes, podendo evoluir de algo pontual para uma relação de parceria fortalecida, impulsionando a autonomia e o empoderamento social, político e econômico da comunidade junto a terceiros, como agentes financiadores ou governo.

Esta diretriz está voltada a destacar estratégias que favorecem a criação deste ambiente na relação comercial. Ressalta-se a importância dos termos que regem a relação comercial serem formalizados no formato mais adequado a cada caso, vide Diretriz 6, estratégia 6.5.

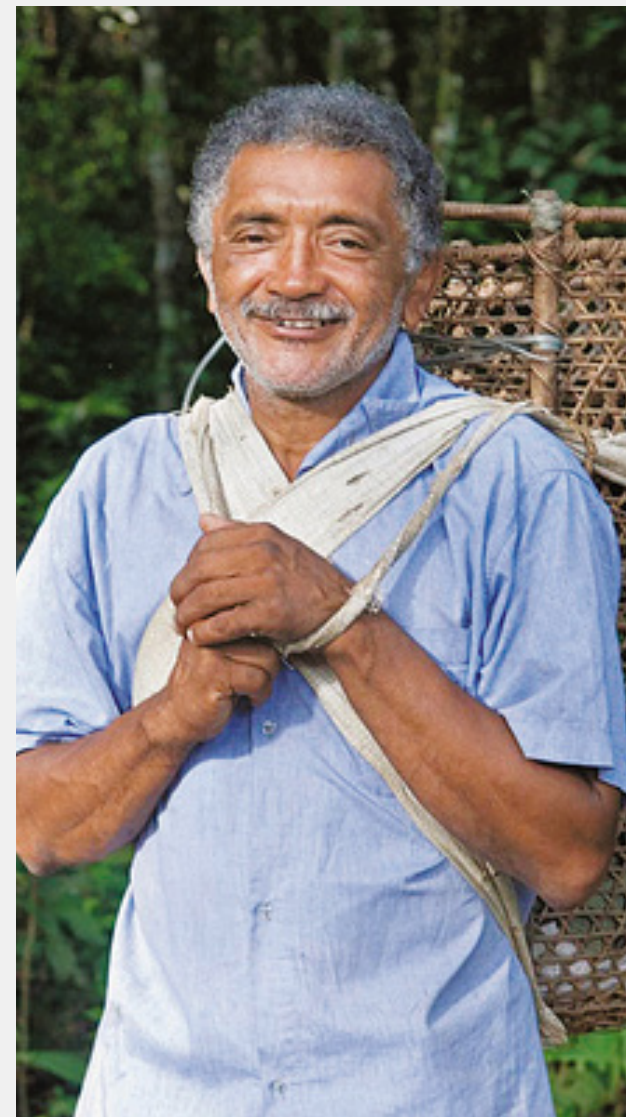


foto: Florian Kopp

Quadro 5 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Desenvolvimento da relação comercial

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>5.1 Visão compartilhada sobre o objetivo da relação comercial conforme o modelo de negócio e com compartilhamento de informações.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O modelo de negócio que se espera estabelecer está claro entre as partes (venda pontual, longo prazo, etc.) assim como as implicações para a relação comercial que se busca estabelecer? • Os momentos de diálogo possibilitam que as expectativas, interesses, objetivos, neces- 	<p>sidades de cada parte sejam conhecidos e compreendidos pela outra(s) parte(s) e que haja encaminhamentos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como podem ser fortalecidos os compromissos com os resultados esperados da relação comercial?
<p>5.2 Representatividade, legitimidade e informação nos processos de negociação e tomada de decisão</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quem são os interlocutores das partes e qual o seu nível de representatividade para tomar decisões e responder pelos compromissos firmados? • Os processos para tomada de decisão garantem acesso à informação e a participação dos níveis 	<p>de decisão da comunidade? Como tem sido capitalizados na base de produção e na empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como se dá o fluxo de comunicação entre as partes ao longo da safra? Como os imprevistos e decisões unilaterais são comunicados e/ou consentidos?
<p>5.3 Gestão avaliação e desenvolvimento da relação comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quais processos, instâncias ou momentos específicos são empregados na relação comercial para ampliar o conhecimento mútuo (reuniões, visitas, outros) sobre as partes e o contexto da cadeia? • Há processos estruturados para avaliação 	<p>dos resultados esperados e da relação comercial? Como os aprendizados são incorporados aos novos ciclos de planejamento ou novos acordos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existem conflitos ou desavenças? Como têm sido tratados?
<p>5.4 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como o fortalecimento da relação comercial junto às cadeias dos produtos da sociobiodiversidade se relacionam com as práticas de ESG da empresa? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quais estratégias são utilizadas para gerar valor para empresa, por meio do fortalecimento da relação comercial entre os atores da cadeia de produtos da sociobiodiversidade, junto às partes interessadas, tais como: consumidores, investidores, colaboradores e fornecedores?

REMUNERAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO JUSTA DOS RESULTADOS E FORMALIZAÇÃO DA RELAÇÃO COMERCIAL

OBJETIVOS

Viabilizar o pagamento de preços que considerem e remunerem por valores e serviços associados aos produtos da sociobiodiversidade e da agricultura familiar, gerando atratividade econômica e distribuição justa dos resultados ao longo da cadeia.

JUSTIFICATIVA

A atratividade econômica é fundamental para o fortalecimento da bioeconomia inclusiva e sustentável. Nesse sentido, os parâmetros que definem a construção da estrutura de custos e margens ao longo dos elos da cadeia são elementos centrais e devem equacionar a viabilidade do negócio como um todo. As balizas que orientam a definição de preços variam entre os diversos produtos da sociobiodiversidade e da agricultura familiar. Para alguns há referências de mercado em nível regional, nacional e até internacional (no caso de commodities como castanha e cacau, por exemplo). Em outros casos, as referências são ainda incipientes, e muitas vezes determinadas pelo comprador.

Conhecer os custos ao longo da cadeia são referenciais importantes para a negociação, sobretudo para as comunidades.

Além da definição do preço do produto, outro desafio é qualificar e quantificar os “valores adicionais” que precisam ser considerados na negociação entre as partes. Como exemplo, qualidade do produto; potencial de marketing para compradores; o uso de imagem; a prestação de serviços ambientais (carbono, água, biodiversidade); a história por trás do produto; entre outros. Quando elementos como esses não são considerados na composição de preço pode haver restrições de ganhos efetivos para as comunidades, pois o volume de produto adquirido pode ser pequeno

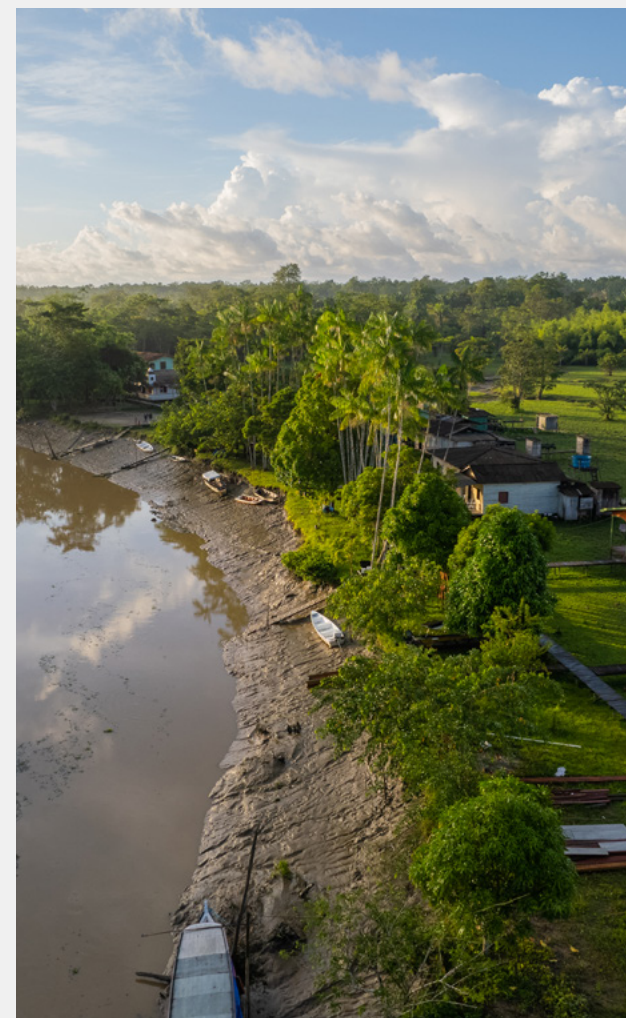


foto: Amora Produções

ou o valor pago não é proporcional ao nível de exigências para sua produção. Também podem ser definidos critérios para o acesso a estes valores, fortalecendo a transparência junto às famílias produtoras e reconhecimento daquelas realmente comprometidas com esses valores.

A pouca experiência em negociações e o limitado acesso às informações por parte das comunidades podem colocá-las em desvantagem para definir preços, acordos ou contratos. A busca pela equidade deve ser considerada no diálogo e negociação transparentes e participativos, gerando uma base de informações mínimas sobre custos que auxiliem as comunidades na definição de um ponto de partida.

Outros elementos como a garantia de compra e estrutura de pagamento adequada à realidade das comunidades fornecedoras são fundamentais quando se trata de viabilizar a relação comercial entre empresas e comunidades. O tempo que o pagamento leva para chegar às mãos das famílias produtoras e a certeza da venda são decisivos na negociação.

A distribuição justa dos resultados deve considerar a transparência de remuneração dos diversos atores envolvidos na cadeia de suprimentos, desde a produção até a comercialização. Em

contextos específicos, o papel de intermediários (atravessadores por exemplo) pode auxiliar em soluções de logística ou outros serviços da cadeia, mas pode também comprometer ganhos diretos das famílias produtoras.

Além da remuneração, investimentos sociais na comunidade podem ajudar a impulsionar a relação comercial (por exemplo, sinal de internet, gerador elétrico na associação, barco escolar ou outros, a depender da necessidade). No entanto, ao mesmo tempo em que podem fortalecer o vínculo e a relação de confiança, investimentos sociais não implicam em fidelização da relação comercial e podem vir a distorcer a natureza da relação e do papel da empresa. Esse tipo de investimento pode ser acordado entre as partes ou compor acordos a partir de critérios definidos.

As relações comerciais entre empresas e comunidades, muitas vezes, se estabelecem em acordos verbais, que se mostram insuficientes em casos de divergência entre as partes, gerando conflitos e insatisfações. O registro dos acordos traz mais segurança para as partes, e a formalização não deve ser vista como algo burocrático. Os instrumentos de formalização devem ser funcionais e simples, podendo assumir diversos formatos de acordo com o momento da relação comercial e os termos a serem acordados, como por exem-

plo: protocolos, carta de intenção, memorando de entendimento, código de conduta, ou contrato de compra e venda.

A construção de acordos sobre os aspectos comerciais, tais como preço, volume de compra, vigência da relação comercial ou mesmo critérios de qualidade do produto entre outros variam conforme o modelo de negócio ou a forma de trabalhar da empresa e sua base de produção.

Quadro 6 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Remuneração e Distribuição Justa de Resultados.

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>6.1 Identificação dos custos de produção, processamento, organização e comercialização envolvendo ambas as partes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Que esforços são desenvolvidos para identificação de custos nas diversas etapas da cadeia por cada uma das partes? • Qual a implicação dos custos para a viabilidade e atratividade econômica para ambas as partes? 	<ul style="list-style-type: none"> • Que parâmetros influenciam na definição do preço de compra? • Nos produtos cujo preço é determinado pelo mercado, como as oscilações são consideradas no processo de negociação?
<p>6.2 Definição dos serviços e valores que compõem o preço do produto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quais incentivos, valores e serviços adicionais são incorporados ao preço? Os benefícios e resultados de conservação da biodiversidade são valorizados na composição do preço? • São utilizados mecanismos/instrumentos para incorporar valores e serviços adicionais (como prêmios, bonificação, pagamento por serviços ambientais, outros)? • Existem critérios ou condicionantes para acessar os mecanismos/instrumentos de 	<p>pagamento adicional? São claros e acessíveis a todos os envolvidos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existem oportunidades de acesso a outros recursos que podem ser impulsionadas pela relação comercial (acesso a crédito, projetos, créditos de carbono, repartição de benefício e acesso ao patrimônio genético e outros)? Que condições ou capacidades são necessárias para isso? Quem são os parceiros potenciais?
<p>6.3 Desenvolvimento de parâmetros para remuneração dos diversos atores diretamente envolvidos na produção e comercialização</p>	<ul style="list-style-type: none"> • São conhecidos todos os atores diretamente relacionados a cadeia de suprimentos? Existem atores invisibilizados? • Qual o grau de responsabilidade de cada ator na cadeia e como isso é considerado na definição da remuneração? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quais parâmetros definem a repartição da remuneração dos atores (famílias produtoras, lideranças/articuladores locais, associações, cooperativas, intermediários e outros)?

Quadro 6 – Estratégias e questões para reflexão da Diretriz de Remuneração e Distribuição Justa de Resultados.

ESTRATÉGIAS	QUESTÕES DE REFLEXÃO	
<p>6.4 Investimento social, valorização e benefícios comunitários.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quais processos são adotados para lidar com outras demandas da comunidade que estão além do desenvolvimento da cadeia? 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe algum acordo sobre investimentos sociais, valorização e benefícios para a comunidade? Como são tomadas as decisões a esse respeito?
<p>6.5 Construção e formalização de acordos e contratos responsáveis e transparentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como se dá a formalização do funcionamento da relação comercial? Que instrumentos são utilizados, como por exemplo, contrato, protocolo, memorando de entendimento ou código de conduta? • Existem outras estratégias para proteger as partes e fortalecer o cumprimento de acordos? • Como são acordados preço, volume, prazo e forma de pagamento, vigência da relação e exigências de qualidade ou critérios? 	<ul style="list-style-type: none"> • Garantia de compra é uma prática da relação comercial? Está prevista nos acordos? • Há processos transparentes de acompanhamento, avaliação de resultados, revisão e ajustes de preço e de qualidade do produto? Como isso é considerado na renovação dos acordos ou contratos?
<p>6.6 Geração de valor para o negócio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como a remuneração e distribuição justos resultados se relaciona com as práticas de ESG da empresa? 	<ul style="list-style-type: none"> • Quais estratégias são utilizadas para gerar valor para empresa junto às partes interessadas (consumidores, investidores, colaboradores e fornecedores), em relação a remuneração e distribuição justa dos resultados na cadeia de suprimentos?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA Débora, Negócios e comunidades: aprendizados para construção de parcerias, WWF -Brasil, Brasília, 100p. 2013.

ALMEIDA, D.A.; ALVES, F.H.B.; PIRES, L.M.L. (org). Governança em cadeias de valor da sociobiodiversidade: experiências e aprendizados de grupos multi-institucionais da Castanha-do-Brasil e Borracha-FDL no Acre. Brasília: GIZ, Núcleo Maturi, UICN, WWF-Brasil, 106 p. 2012.

BFB. Growing Together Strengthening micro-enterprises in Value Chains - A guide for companies to strengthen micro-enterprise market systems. SABMiller, CARE International, the Corporate Responsibility Initiative at the Harvard Kennedy School and Business Fights Poverty. 34p. 2016.

BRASIL, LEI No 13.288, DE 16 DE MAIO DE 2016. Contratos de integração, obrigações e responsabilidades, Subchefia para Assuntos Jurídicos, Secretaria-Geral da Presidência da República.

BRCGS, How Ethical Trade Standards & Responsible Sourcing are driving consumer behaviour and investment decisions, Ethical Trade and Responsible Sourcing.

BRCGS, Introduction to BRCGS Ethical Trade and Responsible Sourcing, Version 1; BRCGS ETRS Risk Assessment, 2p. 2019.

CBD Nagoya Protocol on Access to Genetic Resources and the Fair and Equitable Sharing of Benefits Arising from their Utilization to the Convention on Biological Diversity, United Nations Environmental Programme, Secretariat of the Convention on Biological Diversity, Montreal, Canada, 25 p. 2011.

CEBDS, Como as empresas vêm contribuindo para as metas globais de biodiversidade? - Análise de respostas públicas das empresas associadas ao CEBDS Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), Rio de Janeiro, 53p. 2021.

CIMOS/MPMG, Direitos dos Povos e Comunidades Tradicionais, Coordenadoria de Inclusão e Mobilização Sociais e Ministério Público de Minas Gerais, disponível em <https://confli-tosambientaismg.lcc.ufmg.br/wp-content/uploads/2014/04/Cartilha-Povos-tradicionais.pdf>

CNS/COIAB, CARTA DA AMAZÔNIA 2021, Por uma economia capaz de conviver com a floresta, garantir direitos e distribuir renda de forma justa, ENCONTRO AMAZÔNICO DA SOCIOBIODIVERSIDADE, Belém, PA. 18 a 20 de outubro, 2021.

COSTA. F. A., CIASCA, B.S., CASTRO, E.C.C., BARREIROS, R.M.M., FOLHES, R.T., BERGAMINI, L.L., SOLYNO SOBRINHO, S.A., CRUZ, A., COSTA, J. A., SIMÕES, J., ALMEIDA, J.S., SOUZA, H.M. Bioeconomia da sociobiodiversidade no estado do Pará. Brasília: Sumário Executivo, DF: The Nature Conservancy (TNC Brasil), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Natura, 2021.

FAVARETO, Arilson et al, Relatório Inclusão Produtiva no Brasil Rural e Interiorano 2021, 1a. Edição, São Paulo, Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP), 150 p. 2021.

GIZ, Bioeconomia e Cadeias de Valor, GIZ, MAPA, Governo Federal.2022.

IBD, Programa IBD para Relações Justas em Comércio de Produtos com Certificação Socioambiental; 16a Edição, IBD CERTIFICAÇÕES; Botucatu, SP, 90p. 2018.

ICC, ICC guide to responsible sourcing, Integrating social and environmental considerations into the supply chain, International Chamber of Commerce, Commission on Business in Society, 2008.

LEÃO, Gabriel et al, Negócios pela Terra: inteligência de mercado para empreendimentos comunitários, 1. ed., Belém: CO-NEXSUS, 52 p. 2020.

MDA, MMA & MDS. Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade. Brasília, DF. 21 p. 2009.

MAYERS, J.; S. VERMEULEN. Company-community forestry partnerships. London: IIED. 154pp. 2002.

OCDE, Guia da OCDE de Devida Diligência para uma Conduta Empresarial Responsável, 96 p. 2018.

OCDE/FAO, Guía OCDE-FAO para las cadenas de suministro responsable en el sector agrícola, Éditions OCDE, Paris., 84 pag 2017.

ORIGENS BRASIL, Manual de funcionamento da rede Origens Brasil® - Seja bem-vindo(a). IMAFLORA, ISA.

UEBT, Dialogues in Ethical BioTrade - How to establish respectful, balanced and inclusive discussions in the sourcing of natural ingredients union for ethic biotrade sourcing, GIZ, Union for Ethical BioTrade. 29 p. 2014.

UEBT, Norma de BioComércio Ético, União para o BioComércio Ético. 33p. 2020.

UNCTAD, BioTrade Principles and Criteria for terrestrial, marine and other aquatic biodiversity-based products and services, BioTrade Initiative, United Nations. 44 p. 2020.

O projeto Bioeconomia e Cadeias de Valor é desenvolvido no âmbito da Cooperação Brasil-Alemanha para o Desenvolvimento Sustentável, por meio da parceria entre o Ministério Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA) e a Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, com apoio do Ministério Federal da Cooperação Econômica e do Desenvolvimento (BMZ) da Alemanha. Esta publicação foi produzida com o apoio do Consórcio ECO Consult e a Conexsus

Realização

GIZ – MDA
EcoConsult
Conexsus

Coordenação

Talia Bonfante - EcoConsult
Colaboração e Revisão
Fabiana Munhoz - Conexsus

Elaboração

Instituto de Desenvolvimento Social
Debora Alves de Almeida
Fernanda Basso Alves
FS Futuros Sustentáveis
Luis Meneses Filho

Fotos

banco de imagens GIZ



Por meio da:



MINISTÉRIO DO
**DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO
E AGRICULTURA FAMILIAR**

