



# Síntese das Diretrizes

---

para promover mecanismos  
de diferenciação e rastreabilidade  
de produtos da sociobiodiversidade

Documento orientador elaborado com base nas contribuições realizadas durante o Seminário “Diferenciação e Rastreabilidade para Produtos da Sociobiodiversidade da Amazônia”, realizado nos dias 12 e 13 de novembro de 2018, em Brasília (DF)





Por meio da:



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO



# Prefácio

A valorização dos produtos oriundos da sociobiodiversidade e o fortalecimento de suas cadeias produtivas são duas das principais estratégias para a proteção da Amazônia atualmente. Produtos florestais comercializados por pequenos produtores, empreendimentos familiares ou negócios comunitários da região não raro se encontram aquém dos padrões exigidos pelo mercado consumidor, o que prejudica o acesso à demanda e compromete a viabilidade e a sustentabilidade de diferentes cadeias de valor, como as do açaí, da castanha, do pirarucu e da borracha. A adesão aos chamados “mecanismos de diferenciação” – padrões, certificações ou boas práticas que resultem em produtos diferenciados em relação a salvaguardas socioambientais, rastreabilidade e garantias de origem – torna-se, portanto, um passo fundamental no fortalecimento de produtos da biodiversidade amazônica.

Com o propósito de contribuir para a qualificação do acesso desses produtos ao mercado consumidor e informar a formulação de políticas públicas na área, foi realizado em Brasília, nos dias 12 e 13 de novembro de 2018, o I Seminário “Diferenciação e rastreabilidade para produtos da sociobiodiversidade da Amazônia”. O evento foi uma iniciativa do projeto Mercados Verdes e Consumo Sustentável (MVCS), fruto de uma parceria entre o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e o governo federal alemão por meio da Cooperação Alemã para o Desenvolvimento Sustentável (GIZ), com apoio do consórcio ECO-Consult e IPAM Amazônia. Apoiaram a realização do evento o WWF-Brasil, o Projeto Private Business Action for Biodiversity (PBAB), apoiado pela Iniciativa Internacional para o Clima (IKI, sigla em alemão) do Ministério Federal do Meio Ambiente, Proteção da Natureza e Segurança Nuclear (BMU, sigla em alemão), o Projeto Developp (GIZ), a Parceria para Conservação da Biodiversidade (ICMBIO/USAID/USFS), o Projeto Bem Diverso (Embrapa/PNUD/GEF), o INMETRO, por meio da Plataforma de Normas Voluntárias de Sustentabilidade, e o Instituto Terra.

Mais de cem representantes de diferentes instituições participaram do encontro, incluindo empresas, empreendimentos comunitários, órgãos governamentais, instituições da sociedade civil, instituições de serviços de Assistência Técnica Rural (ATER), universidades, entre outros. Ao longo do evento, foram analisados, sob uma perspectiva intersetorial, desafios e oportunidades para a comercialização de produtos oriundos da sociobiodiversidade em diferentes elos de suas cadeias produtivas.

Ao longo do evento foram realizadas quinze apresentações que trataram da experiência de diferentes instituições com a temática do evento e buscaram responder a perguntas como: quais mecanismos existem para diferenciar a produção sustentável da sociobiodiversidade no Brasil e na Amazônia? Como garantir a rastreabilidade de produtos e ingredientes? Qual é o papel dos governos na implementação ou no fomento aos mecanismos de diferenciação? Quais acordos institucionais entre governos, iniciativa privada e mecanismos de diferenciação são viáveis para beneficiar a sociobiodiversidade amazônica no longo prazo? Cinco cadeias de valor foram alvos principais: açaí, castanha, pirarucu, cacau e óleos.

Os participantes reuniram-se em atividades participativas em grupos, com a proposta de que se desenhassem caminhos e soluções em matéria de diferenciação e rastreabilidade para políticas públicas, ações empresariais, ações de empreendimentos comunitários, projetos do terceiro setor ou ações transversais. Os alinhamentos intersetoriais e as soluções apresentadas durante as discussões em grupo serviram de base para a publicação deste documento orientador, que contém um conjunto de diretrizes de estratégias que visam fomentar a rastreabilidade e os mecanismos de diferenciação para produtos da sociobiodiversidade, salientando, para cada uma dessas diretrizes, ações a serem realizadas e os segmentos envolvidos em sua execução.

# Siglas

**ATER:** Assistência Técnica e Extensão Rural

**PAA:** Programa de Aquisição de Alimentos

**PGPM-Bio:** Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade

**Planapo:** Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica

**PNAE:** Programa Nacional de Alimentação Escolar

**Pnapo:** Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica

**PRONAF:** Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

**CONAB:** Companhia Nacional de Abastecimento

**ICMS:** Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços





TEMA

## Governança e Articulação Intersectorial

DIRETRIZ

### Aliança em prol da Sociobiodiversidade no Brasil

Criação e manutenção de um coletivo de instituições, em forma de Coalizão, Câmara Técnica, Plataforma Setorial ou uma Aliança pela Sociobiodiversidade que funcione como um espaço dedicado a buscar soluções para o fortalecimento das cadeias de valor da sociobiodiversidade.

A iniciativa prevê a participação de organizações do terceiro setor, empresas privadas, órgãos governamentais, empreendimentos comunitários, produtores agroextrativistas, universidades, órgãos de apoio técnico etc.

Crerios bem estabelecidos de governança, de abrangência e de mecanismos de financiamento são fundamentais para que os resultados atendam as necessidades das cadeias de valor existentes.

#### Ações Sugeridas

Articulação de estratégias coordenadas de advocacy visando o aperfeiçoamento e criação de políticas públicas e outras ações de interesse público.

Adoção de protocolos comerciais que possam orientar relações mais éticas e justas entre empresas e empreendimentos comunitários.

Implementação de ações estratégicas de marketing dedicadas a produtos da sociobiodiversidade, que tragam os valores da floresta e sensibilizem o comprador.

Levantamento e compartilhamento de dados e análises (big data).

#### Segmentos Envolvidos

Coordenação realizada por comitê intersectorial secretariada por organização da sociedade civil.

Diferentes setores podem compor a iniciativa: governo, empresas, universidades, terceiro setor, órgãos de caráter técnico, sistema S etc.

DIRETRIZ

## Programas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER)

Programas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) podem oferecer subsídios importantes para que os empreendimentos qualifiquem seus sistemas de gestão, acessem mercados e estejam habilitados para garantir a rastreabilidade de suas cadeias de valor e aptos para a utilização de mecanismos de diferenciação mais oportunos, como protocolos próprios ou certificações reconhecidas.

### Ações Sugeridas

- Qualificar empreendimentos para a garantia de rastreabilidade de suas cadeias de valor.
- Promover empreendimentos à obtenção de mecanismos de diferenciação
- Apoiar o desenvolvimento organizacional e o sistema de gestão dos empreendimentos (financeiro, administrativo, produtivo, comercial, recursos humanos etc).
- Promover acesso a mercados e à políticas públicas como PNAE, PRONAF e PGPM-Bio.

Os programas também devem apoiar o acesso a políticas públicas, como PRONAF, PNAE e PGPM-Bio. No âmbito governamental, almeja-se ampliar os recursos orçamentários para programas de ATER, como exemplo o Programa “Mais Gestão”, do governo federal, para que possa atender ainda mais empreendimentos comunitários da agricultura familiar e do extrativismo. Estas, em sintonia com ATER privada e Sistema “S”, são diretrizes fundamentais a serem perseguidas.

### Segmentos Envolvidos

Poder Público, empresas privadas e o Sistema “S” são referências para a execução de programas de ATER.

O terceiro setor também deve contribuir para que a abordagem de ATER seja não somente técnica, mas humana, visando aspectos de trabalho em equipe, liderança, cooperação, considerando temáticas de gênero, juventude e adaptação a mudanças climáticas, por exemplo

TEMA

## Desenvolvimento de Capacidades

DIRETRIZ

# Ferramenta de Avaliação de Maturidade das Cadeias da Sociobiodiversidade

Utilização de uma escala de maturidade que contenha requisitos protocolares adequados para avaliar às diversas exigências de diferenciação e que seja capaz de apoiar o planejamento e o monitoramento do negócio gerenciado pelos empreendimentos comunitários ou empresariais.

Ao visualizar a cadeia de valor de forma sistêmica e integrada, avaliando diversas dimensões (legislação, produção, logística, industrialização etc), a ferramenta demonstra a maturidade da mesma e subsidia planos de ação e monitoramento. O funcionamento ocorre em simbiose com quaisquer outros mecanismos de diferenciação ou certificação que existam e façam sentido aos beneficiários, podendo reconhecer suas respectivas entregas.

### Ações Sugeridas

Sinalização da maturidade de cadeias de valor específicas, com módulos de avaliação sobre a maturidade de empreendimentos comunitários ou empresariais.

Orientar a construção de planos de ação para empreendimentos que atuem com cadeias da sociobiodiversidade, especialmente ao que se refere a instrumentos de apoio, estratégias de melhoria e programas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER).

Contribuir para a melhora nos aspectos de governança, gestão administrativa e financeira dos empreendimentos.

Vincular os protocolos de desempenho à Plataforma Brasileira de Normas Voluntárias de Sustentabilidade (NVS), visando alcançar e orientar empreendimentos que atuem com cadeias da sociobiodiversidade em territórios diversos.

### Segmentos Envolvidos

A coordenação é preferencialmente conduzida por instituições do terceiro setor, que já apoiam empreendimentos que atuem com cadeias de valor sociobiodiversidade, principais usuários da ferramenta.

Compradores e consumidores de produtos da sociobiodiversidade envolvem-se ao optar por produtos que contenham valores socioambientais, legais e de qualidade adicionados.





TEMA

## Desenvolvimento de Capacidades

DIRETRIZ

# Qualificação da Gestão Organizacional de Empreendimentos Comunitários

É necessária a existência de ações que fortaleçam a organização social e gestão de empreendimentos comunitários. O intuito é que existam iniciativas que qualifiquem a gestão das organizações, adaptando-as ao contexto do mercado brasileiro, e que ao mesmo tempo considerem os valores culturais e sociais de seu território, garantindo as devidas salvaguardas socioambientais. Nesse sentido, ações empresariais, governamentais ou do terceiro setor podem contribuir com esse cenário de profissionalização das cadeias de valor. Importante ressaltar que essas atividades precisam ser realizadas a partir de uma abordagem culturalmente apropriada, de acordo com os territórios e empreendimentos envolvidos (produtores, distribuidores e compradores).

## Ações Sugeridas

Diagnosticar o grau de maturidade dos empreendimentos comunitários, a fim de realizar um plano de ação apropriado para cada contexto.

Provocar uma abordagem que considere os saberes tradicionais associada às demandas legais e de mercado.

Qualificação de profissionais apoiadores/multiplicadores para que possam facilitar processos de aprendizagem dentro de propostas inovadoras e efetivas de abordagem.

Implementação de processos e ferramentas para a melhoria dos aspectos de governança, gestão administrativa e financeira, produção, industrialização, logística, entre outros.

## Segmentos Envolvidos

A execução de iniciativas de qualificação da gestão organizacional de empreendimentos comunitários pode ser realizada por qualquer segmento, de acordo com o contexto envolvido: governo, empresas, universidades, terceiro setor, "Sistema S" etc.



## DIRETRIZ

**Programa de Acesso a Créditos Públicos**

Readequação do PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) e PRONAF Florestal para que melhor atendam às particularidades da agricultura familiar brasileira. Uma das premissas é a readequação dos critérios de emissão de DAPs (Declaração de Aptidão ao PRONAF), especialmente no que tange aos limitantes acerca do órgão responsável pela emissão ou até mesmo por enquadramento, classificação e autodeclaração de extrativistas e outros povos da floresta.

Outro fator importante é a disponibilidade de créditos suficientes para o financiamento de mais projetos individuais ou coletivos, que gerem renda aos agricultores familiares e extrativistas. Além disso, é fundamental que os prazos de carência e limites de crédito concedidos aos beneficiários sejam maiores e adequados às reais necessidades dos empreendimentos ligados à sociobiodiversidade.

**Segmentos Envolvidos**

Governo Federal é responsável pela readequação do PRONAF.

Segmentos da sociedade civil organizada, agricultores familiares e demais beneficiários do PRONAF podem ser proponentes das ações referidas, realizando ações de advocacy e participação social.

Proposição e implementação de instrumento jurídico para readequação dos critérios para emissão dos documentos de aptidão, prazos de carência e limites de crédito.

Inserção de maior valor destinado ao PRONAF no orçamento público da União.

Realização de estratégias coordenadas de advocacy por grupos da sociedade civil organizada no que diz respeito às melhorias necessárias ao PRONAF.



TEMA

## Políticas Públicas e Entorno Favorável

DIRETRIZ

# Materiais Audiovisuais para Promover o Acesso a Políticas de Compras Públicas

Criação de materiais audiovisuais diversos que deem subsídios a gestores públicos, técnicos de ATER e gestores de empreendimentos comunitários sobre o acesso a políticas de compras públicas, tais como o PNAE, PAA, PGPM-Bio. Entende-se que estes materiais estejam em linguagem apropriada, com o objetivo de ampliar o acesso às políticas de compras públicas.

### Ações Possíveis

Ampla disseminação de conteúdos audiovisuais sobre acesso às políticas de compras públicas.

Desenvolvimento e comunicação de plataforma que hospede os materiais produzidos, promova a divulgação de oportunidades de compras públicas e contenha um canal de interação para suprimir dúvidas de usuários.

### Segmentos Envolvidos

Coordenação realizada por órgão governamental, como o próprio Ministério do Meio Ambiente ou por meio da Secretaria de Agricultura Familiar (SAF).

Outros órgãos governamentais, organizações do terceiro setor ou Universidades, por exemplo, também podem desenvolver e disseminar conteúdos deste tipo.



TEMA

## Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

DIRETRIZ

### Fundo de Promoção de Mecanismos de Diferenciação para Cadeias na Sociobiodiversidade

Instituir uma associação privada mantida por empreendimentos que atuem com as cadeias da sociobiodiversidade, para promover ações de fomento à adesão de mecanismos de diferenciação. O intuito é criar um fundo monetário que destine recursos para a realização de pesquisas, capacitação de profissionais, geração de informações e apropriação de mecanismos de diferenciação e rastreabilidade. A estratégia também visa proporcionar formas de custeio de mecanismos de diferenciação para produtores agroextrativistas e beneficiadores.

#### Ações Sugeridas

Qualificação da organização social e gestão organizacional dos atores beneficiários, fomentando mecanismos de diferenciação para os empreendimentos comunitários.

Facilitação ao acesso das organizações que compõem os elos das cadeias da sociobiodiversidade a um fundo que seja capaz de aportar recursos de curto ou longo prazo para atender as diferentes necessidades das organizações, no que se refere à diferenciação e rastreabilidade.

#### Segmentos Envolvidos

Produtores, beneficiadores, apoiadores, financiadores e patrocinadores comprometidos com a sustentabilidade das cadeias produtivas.

Coordenação realizada por comitê plural que represente diferentes setores e organizações.

## TEMA

# Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

## DIRETRIZ

# Investimentos Privados para Aceleração de Negócios de Impacto

Fomentar a aplicação de investimentos privados em empreendimentos (comunitários ou não) que atuem com cadeias da sociobiodiversidade, orientados e pautados por protocolos comerciais que prezem por relações éticas e justas de parceria.

Entende-se que investimentos privados possam ser aplicados como forma de combinar recursos financeiros e de fomento em novos arranjos produtivos, mobilizar agentes de mercado, organizações de apoio, financiadores e investidores, visando a sustentação dos negócios no longo prazo.

Acredita-se que a combinação de organizações do terceiro setor com iniciativas privadas forma um arranjo propício para que aceleradoras melhor entendam os territórios envolvidos, as populações locais, as condições ambientais e as questões fundiárias, podendo catalisar de forma mais segura um negócio de real impacto positivo.

## Segmentos Envolvidos

Aceleradoras e investidoras que queiram atuar junto a empreendimentos de cadeias da sociobiodiversidade.

Parcerias público-privadas podem viabilizar a estruturação de negócios.

A elaboração dos acordos entre as partes pode ser intermediada por organizações do terceiro setor.

## Ações Sugeridas

Qualificar e ampliar recursos de marketing, apoio financeiro e administrativo, gestão de pessoas, planejamento estratégico institucional etc.

Desenvolvimento e publicidade dos produtos da sociobiodiversidade que possuam origem e rastreabilidade nos mercados nacional e internacional.

Aporte de recursos para sustentação financeira dos empreendimentos no longo prazo.

Aportes financeiros de curto prazo para capital de giro, contratação imediata, infraestrutura etc.





## DIRETRIZ

## Isenção e Simplificação Tributária de Produtos da Sociobiodiversidade

Isentar ou diminuir a carga do ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços) sobre os produtos da sociobiodiversidade, sejam in natura ou processados, visando o aumento de sua competitividade no mercado.

Além disso, como premissa para simplificar a carga tributária de empreendimentos comunitários, preza-se pela criação de uma espécie de “Simples da Sociobiodiversidade”, isto é, a unificação de impostos e diminuição da carga tributária similar às empresas que se enquadram no “Simples Nacional”, mas com foco em empreendimentos comunitários formados por povos e comunidades tradicionais que comercializam produtos da sociobiodiversidade.

### Ações Sugeridas

Implementação de estratégias coordenadas de advocacy por segmentos da sociedade civil para diminuição da carga tributária para empreendimentos comunitários que atuem com produtos da sociobiodiversidade.

Redação de minuta para alteração de legislação que versa sobre o tema.

### Segmentos Envolvidos

Poder Público em referência a questões de alteração de legislação tributária.

Sociedade Civil organizada no que concerne às ações coordenadas de advocacy e participação social.



TEMA

## Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

DIRETRIZ

### Rodadas de Negócios entre Produtores e Compradores

Realização de rodadas de negócios contínuas entre produtores e compradores, de modo que organizações do terceiro setor ou governamentais facilitem a negociação entre empresas e comunidades. O objetivo é provocar espaços de interação propícios ao empoderamento dos empreendimentos comunitários para que possam negociar seus produtos de forma salutar, visando acordos comerciais mais éticos e justos, que beneficiem tanto os produtores, quanto os compradores (distribuidores ou beneficiadores).

#### Ações Sugeridas

Mapeamento dos compradores de produtos da sociobiodiversidade (distribuidores e beneficiadores).

Promoção de encontros periódicos de produtores para diálogos sobre produção, qualidade etc., compartilhando informações qualificadas que contribuam com os empreendimentos comunitários nos processos de tomada de decisão.

Articulação direta entre compradores e produtores.

#### Segmentos Envolvidos

Empreendimentos comunitários e compradores estão envolvidos diretamente nas negociações.

Organizações do terceiro setor ou governamentais apoiam e facilitam os processos de discussão das partes envolvidas, visando promover a autonomia dos empreendimentos comunitários.



TEMA

**Políticas Públicas e Entorno Favorável**

DIRETRIZ

## **Protocolo de Qualidade para a Cadeia de Valor do Cacau**

O beneficiamento bem feito é peça-chave para a qualidade do cacau. Critérios de boas práticas pós-colheita são conhecidos e devem ser base de orientação dos produtores, indispensáveis para a agregação de valor ao seu produto. Territórios produtores precisam de locais apropriados para o processamento inicial e cumprimento dos rígidos controles de qualidade para ampliar a qualidade de sua cadeia de valor.

### **Ações Possíveis**

Elaboração de protocolo com requisitos mínimos indispensáveis para o cumprimento das boas práticas pós-colheita e beneficiamento.

Ampla promoção e disseminação do protocolo para empreendimentos que atuem com a cadeia do cacau.

Realização de ações de marketing acerca do protocolo, para que os produtos elaborados conforme tais boas práticas tenham valor adicionado e sejam reconhecidos pelo mercado.

### **Segmentos Envolvidos**

A coordenação pode ser realizada por instituições públicas de pesquisa, universidades ou organizações da sociedade civil, desde que o processo de elaboração contemple o máximo de atores que atuem com a cadeia de valor do cacau.



TEMA

## Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

DIRETRIZ

### Protocolo de Garantia de Origem e Boas Práticas (*Due Dilligence*)

Boas práticas de coleta e rastreabilidade são indispensáveis para a produção de óleos advindos da sociobiodiversidade. Tomar o devido cuidado envolvendo produtor e comprador na condução de um processo de verificação é proposta para salvaguardar estas cadeias de valor dos possíveis passivos existentes.

Uma verificação in loco somada a uma análise documental sustenta uma declaração de boas práticas, que pode ser utilizada tanto pelo produtor quanto distribuidor/comprador. Estes resultados podem ser publicados à medida da necessidade de cada elo, ator ou segmento da cadeia de valor.

### Ações Sugeridas

Elaboração de protocolo de boas práticas e rastreabilidade para óleos advindos da sociobiodiversidade.

Engajamento dos diferentes elos e atores da cadeia na validação e condução dos processos de due dilligence.

### Segmentos Envolvidos

Empreendimentos comunitários e compradores estão diretamente envolvidos em um processo único cujo resultado é utilizado por ambos.

Organizações do terceiro setor ou empresas de consultoria podem apoiar em verificações e adequações referentes às lacunas encontradas nos processos de due dilligence.





## DIRETRIZ

## Redes de Produtores e Centrais de Compartilhamento para Comercialização Colaborativa

Formar, multiplicar e fortalecer redes de produtores e centrais de compartilhamento com o objetivo de potencializar a troca de informações e aprendizados, dividir custos de armazenamento e transporte dos produtos, gerenciar estoques coletivamente, entre outras atividades colaborativas. Dentre os intercâmbios possíveis, entende-se a importância de que estes sejam potenciais espaços para melhor difusão de experiências de diferenciação e rastreabilidade.

### Ações Sugeridas

Propagação de experiências que entregam rastreabilidade e diferenciação para as cadeias de valor.

Comercialização de produtos em maior quantidade, qualidade e prazo.

Diminuição de custos e aperfeiçoamento de processos para estoque e logística.

### Segmentos Envolvidos

A coordenação das iniciativas deve ser realizada por representantes dos empreendimentos comunitários.

Organizações governamentais ou do terceiro setor mantêm apoios às iniciativas.

TEMA

## Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

DIRETRIZ

### Iniciativa Nacional do Açaí

Coalizão de atores que atuam em âmbito nacional ou local, em prol de uma iniciativa nacional do açaí, capaz de sistematizar informações (conhecimento técnico-científico, jurídico, saberes tradicionais etc) que possam ser utilizadas a favor do fortalecimento dessa cadeia de valor. É relevante promover e salvaguardar o setor produtivo, atraindo incentivos financeiros e fiscais para os diversos atores e elos da cadeia. A iniciativa pode estar alocada em uma espécie de “Aliança nacional pela Sociobiodiversidade”, citada anteriormente.

### Entregas Possíveis

Articulação de diversos atores que atuem com a cadeia de valor do açaí (empreendimentos comunitários, empresas privadas, organizações do terceiro setor, Poder Público etc).

Implementação de ações estratégicas de marketing dedicadas ao açaí.

Articulação de estratégias coordenadas de advocacy visando o aperfeiçoamento e criação de políticas públicas e outras ações de interesse público.

Levantamento e compartilhamento de dados e análises (big data).

### Quem Pode Participar

Coordenação realizada por comitê intersetorial secretariada por organização da sociedade civil.

Diferentes setores podem compor a iniciativa: governo, empresas, universidades, terceiro setor, órgãos de caráter técnico, sistema S etc.



## TEMA

# Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

## DIRETRIZ

# Campanhas Nacionais pela Sociobiodiversidade

Implementação de campanhas de abrangência nacional que possam promover a relevância dos produtos da sociobiodiversidade, em especial àqueles com diferenciação e rastreabilidade. É necessário que a sociedade, como um todo, conheça e sinta-se sensibilizada e com informações relevantes sobre a temática.

O foco é sensibilizar e prover a sociedade de informações relevantes, mas de forma diferente de como as campanhas vem sendo realizadas até hoje, com amplitude de acesso para diferentes públicos. Em adicional às campanhas já realizadas, é necessário apresentar narrativas que façam sentido aos compradores e aos consumidores finais, no que tange a linguagem apropriada, valores culturais e voltadas a diferentes segmentos sociais. É importante que o foco da campanha não seja somente voltado às salvaguardas socioambientais, mas que também explorem benefícios individuais aos consumidores, como características nutricionais, por exemplo.

## Ações Sugeridas

Mapeamento de diversos público-alvo dos produtos da sociobiodiversidade, visando compreender suas preferências e valores.

Orientação aos produtores e extrativistas em relação às exigências do mercado.

Criação de narrativas de comunicação que possam valorizar os produtos advindos da Amazônia.

Produção e veiculação de vídeos informativos para redes sociais e canais de TV.

Promoção de amplas ações de degustação dos produtos da sociobiodiversidade e revelar suas diferenciações e valor agregado.

## Segmentos Envolvidos

A coordenação das campanhas pode ser encampada por qualquer setor, especialmente o Poder Público, mas é interessante que possua pluralidade de atores em sua construção.

A iniciativa mencionada anteriormente, como uma “coalizão, plataforma ou aliança” em prol da sociobiodiversidade também pode promover a implantação de uma campanha nacional.



TEMA

## Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

DIRETRIZ

### Campanhas de Produtos Específicos da Sociobiodiversidade

*(Cacau, Açaí, Castanha, Pirarucu...)*

Implementação de campanhas específicas por produtos da sociobiodiversidade, dando enfoque às suas respectivas diferenciações. As campanhas devem ser responsáveis por enfatizar as características únicas que cada produto possui, como valor nutricional, sabor, a especificidade de seus territórios e seus povos etc. Essa estratégia é complementar à ideia de “Campanhas Nacionais”, mas ambas devem andar em paralelo, de forma autônoma. A premissa, nesse caso, é que campanhas valorizem especificamente o açaí, o cacau, a castanha, o pirarucu, entre outros.

#### Ações Sugeridas

Mapeamento dos diversos público-alvo dos produtos da sociobiodiversidade entendendo suas preferências e valores.

Orientação aos produtores e extrativistas em relação às exigências do mercado.

Criação de narrativas de comunicação que possam valorizar os produtos vindos da Amazônia.

Produção e veiculação de vídeos informativos para redes sociais e canais de TV.

#### Protagonismo e Participação

A coordenação pode ser realizada por qualquer instituição, como órgãos governamentais, empresas, universidades, instituições do terceiro setor etc.



## TEMA

# Incentivos para os Atores Envolvidos na Sociobiodiversidade

## DIRETRIZ

# Campanhas em Prol do Pirarucu Manejado



Consumir pirarucu manejado e valorizar essa forma de produção é a melhor estratégia para conservação dessa espécie. Grande parte do trabalho realizado por instituições não governamentais e empreendimentos comunitários ainda não é conhecida pela sociedade, limitando o consumo produtos de origem desconhecida e em quantidade aquém do potencial. As campanhas devem ser responsáveis por enfatizar as características únicas que o produto possui, como valor nutricional, sabor, a especificidade de seus territórios, seus povos etc.

## Ações Possíveis

Mapeamento de possíveis mercados que possam consumir o pirarucu manejado.

Disseminação de boas práticas de manejo de pirarucu já desenvolvidas.

Orientação aos produtores e extrativistas em relação às exigências do mercado e salvaguardas ambientais necessárias.

Produção e veiculação de materiais audiovisuais informativos em diferentes meios de comunicação.

Promoção de amplas ações de degustação para revelar suas diferenciações e valor agregado.

Sensibilização do produtor em relação à alta gastronomia, promovendo o maior aproveitamento das diversas partes do peixe.

## Quem Pode Participar

A coordenação pode ser realizada por qualquer instituição, como órgãos governamentais, empresas, universidades, instituições do terceiro setor etc.

# Créditos

## Redação de conteúdo

Luís Fernando Iozzi e David Escaquete

## Revisão técnica

Marina H. Tovolli, Daniel Bellíssimo e Leonel Luz

## Design Gráfico

Júlia Mousquer

## Fotografia

Acervo/GIZ, Acervo ICMBio, Acervo MAPA. Paulo de Araujo (Contracapa), Frank Kraemer (p.3,4,12,16,19,30,34), Eduardo Aigner (p.7), Tamires Kopp (p.9,10,35,41,42), Marcelo Curia (p.17,18), Rubens Matsuhita (p.23,24) e João Marcos Rosa (p.25)

O conteúdo desta publicação teve a contribuição de mais de 100 representantes do Poder Público, sociedade civil organizada, empresas, universidades, comunidades e povos tradicionais, entre outros, que participaram do I Seminário “Diferenciação e rastreabilidade para produtos da sociobiodiversidade da Amazônia”, ocorrido em Brasília (DF), nos dias 12 e 13 de novembro de 2018.



# Participantes

Adriana Rivera - INDEP  
Akebana Bello - SERNAP RESERVA MANUREPI  
Alicene Magalhães Cardoso - Câmara técnica de Comercio e consumo sustentável do Tapajós (IPAM)  
Alcir Rodrigues Borges - EMATER (PA)  
Alessandra Domingues - Embrapa Amazônia Oriental  
Alessandra Vieira Pimentel - Cooperativa dos Fruticultores de Abaetetuba (COFRUTA)  
Aline Tristao Bernardes - FSC Brasil  
Amiraldo Enuns de Lima Picanço - AMAZONBAI  
Ana Cláudia Gonçalves - Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá  
Ana Margarida Castro Euler - EMBRAPA (AP)  
Anderson Faganello - Panorama Criativo  
André A. J. Tabanez - Firmenich  
André Freitas - Natura  
André Grossi Machado - Projeto Mercados Verdes (GIZ/ECO Consult/IPAM)  
Andreia Bavaresco - Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB)  
Antônio Adevaldo Dias Da Costa - Memorial Chico Mendes / ASPROC  
Antonio Claudio Carvalho - EMBRAPA (AP)  
Artur Neto Alves Damasceno - CART  
Camila Batista Marins Carneiro - Ministério do Desenvolvimento Social (MDS)  
Camila Nascimento - Instituto Humanize  
Carlos Brito - Frooty  
Carlos Castro - Projeto Bem Diverso (PNUD/GEF/EMBRAPA)  
Cassio Souza - Rainforest Alliance  
Cláudia de Souza - Projeto Mercados Verdes (GIZ/ECO Consult/IPAM)  
Cleo Rodrigues - Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB)  
Cristiane Ramscheid Figueiredo - ICMBio  
Daniel Barbosa da Silva - Ministério do Meio Ambiente (MMA)  
Daniel Bellíssimo - Instituto Terroá  
Dario Almeida - Coletivo IOS Comunicação  
David Escaquete - Instituto Terroá  
Dávila Corrêa - Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá  
Denyse Mello - HEKS-EPER Brasil  
Dorila Silva de Oliveira Mota Gonzaga - EMBRAPA (AC)  
Edilson dos Santos de Souza - COOPEMA  
Eduardo Roxo - Atna / Rizoma  
Ellen S. do Nascimento - Apoby  
Erika de Paula Pedro Pinto - IPAM  
Eudoxio Antonio Batista Junior - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento  
Eunice Venturi - Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá  
Fabiano Lopez Da Silva - Fundação Vitória Amazônica - FVA  
Fábio Centofanti - Levorin  
Felipe Rossoni Cardozo - OPAN  
Fernanda Alvarenga - OPAN/FVA  
Fernanda Stefani - 100% Amazônia  
Fernando Camargo - ECO Consult  
Fernando Moretti - Projeto Bem Diverso (PNUD/GEF/EMBRAPA)  
Francisco de Jesus Costa Ferreira - Palamaz  
Frank Kraemer - GIZ  
Frederico S. Brandão - WWF Brasil  
Gabriel Ferraz Dedini - Rainforest Alliance  
Genival de Souza Oliveira - ASPACS  
Gunter Viteri - Projeto Mercados Verdes (GIZ/ECO Consult/IPAM)  
Hamilton Condack - RECA  
Hans Stefan Bergleiter - Naturland  
Hétel Leepkahn dos Santos - Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional  
Jarlene Gomes de Lima Viana - IPAM  
Jediécio de Jesus Oliveira - CEPOTX  
Jesuína Braga Saldanha - Associação de Certificação Socioparticipativa da Amazônia  
João Carlos Curz e Avila - Projeto Bem Diverso (PNUD/GEF/EMBRAPA)

Joern Berger - ECO Consult  
José Antonio Leite de Queiroz - EMBRAPA Amazônia Oriental  
Juan David Becerra Velasquez - Panorama Criativo  
Karina Matozinos - IPAM  
Kirsten Mariana Silvius - United States Forest Service (USFS)  
Kiviane Castro Ribeiro - Fundação Vitória Amazônica (FVA)  
Laercio Ramos Meirelles - Centro Ecológico  
Laura Souza - ECO Consult  
Leonardo Kurihata - OPAN / Rede Maniva  
Leonel Luz - Instituto Terroá Genival de Souza Oliveira - ASPACS  
Ligiane Lopes Pereira - Instituto de Defesa Agropecuária e florestal  
Luana Lopes - PNUD  
Luciana Rocha - GIZ  
Luís Henrique de Lima - Rare Brasil  
Luís Fernando Iozzi - Instituto Terroá  
Luis Roberto Carrazza - Cooperativa Central do Cerrado  
Mair Farias de Sousa - Extrativista de Açaí em Limoeiro do Ajuru  
Marcio Halla - Ecotoré  
Marco Pavarino - Secretaria especial de agricultura familiar e do desenvolvimento agrário (SEAD)  
Maria Christina Braga - Instituto E  
Maria Teresa Corção Braga - Instituto Maniva  
Mariana Dettmer - Fundação Vitória Amazônica (FVA)  
Mariana Faro Ferreira - 100% Amazônia  
Marina Haddad Tovolli - Instituto Terroá  
Mateus Oliveira Da Silva - Agroindústria República do Açaí  
Michael Rosenauer - GIZ  
Natalia Leme - Instituto Humanize  
Ocemir Salve dos Santos - Associação dos Comunitários que trabalham com o Desenvolvimento Sustentável do Município de Jutai - ACJ  
Octavio Nogueira - GIZ  
Patricia Cota Gomes - IMAFLORA  
Paula Sivelli - Ministério do Meio Ambiente (MMA)  
Paulo Amaury Costa - Nova Kaeru  
Paulo César Nunes - Cooperativa dos Agricultores do Vale do Amanhecer  
Pedro Bruzzi Lion - Ministério do Meio Ambiente (MMA)  
Pedro Constantino - United States Forest Service (USFS)  
Plácido Costa Júnior - Pacto das Águas  
Pollyanna de Sousa - 100% Amazônia  
Raimundo Nonato Teixeira - EMBRAPA Amazônia Oriental  
Ricardo Mello - WWF Brasil  
Roberto Sartori - Instituto Terroá / Verde Consultoria  
Roberto Smeraldi - Instituto Atá  
Rocío Chacchi Ruiz - WWF Brasil  
Rodrigo Prates Junqueira - Instituto Socioambiental (ISA)  
Rogério Correa - United Nations Forum for Sustainability (UNFSS) / INMETRO  
Ronaldo Santos de Freitas - UEBT  
Roselea Oliveira de Almeida - Movimento de mulheres unidas de Blém  
Sandra Soares Amud Neves - ASSOAB  
Sara Quizia Correa Mota - IBAMA  
Sérgio de Moura Abdon - Sindicato de bares e restaurantes do Rio de Janeiro (SINDRIO)  
Sílvia Elena Moreira - COVEMA  
Tarcila Martins Portugal - Secretaria especial de agricultura familiar e do desenvolvimento agrário (SEAD)  
Tatiana Aparecida Balzon - GIZ  
Taysa Faltz Macedo - RECA  
Teofilo L. Gomes - ATAA  
Teresa Corção - Instituto Maniva  
Thaís Travain - Instituto Terroá  
Thiago Cabral - From Amazônia  
Thiago Valença - Wickbold  
Valeria Boron - WWF UK  
Victor H. Garcia - WWF Bolívia  
Vitória Beatriz Vieira e Silva - GIZ



