

BioForestALC

GT 2: COMERCIALIZAÇÃO E MERCADOS PARA A BIOECONOMIA
GT2: COMMERCIALIZACIÓN Y MERCADOS PARA LA BIOECONOMÍA
WG2: MARKETING AND MARKETS FOR THE BIOECONOMY

Moderação: Neluce Soares

Coordenação: Kolbe Soares (WWF-Brasil) e Bruna de Vita (UnB)

Realização



BioForestALC

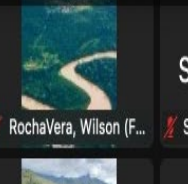
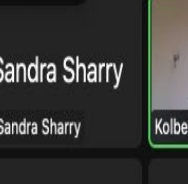
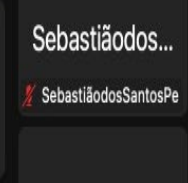
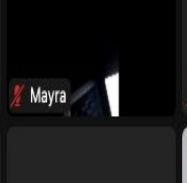
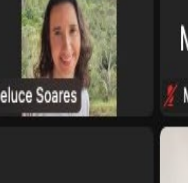
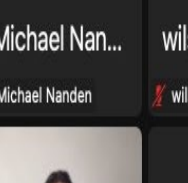
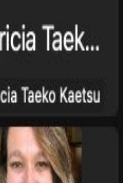
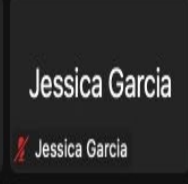
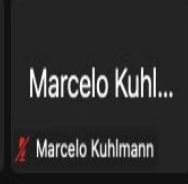
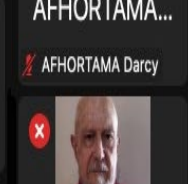
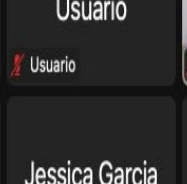
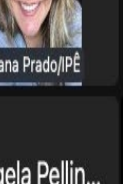
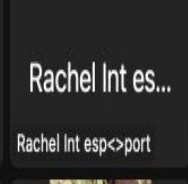
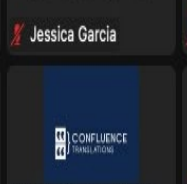
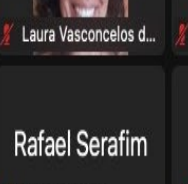
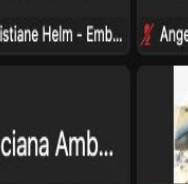
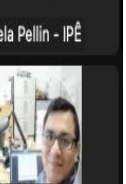
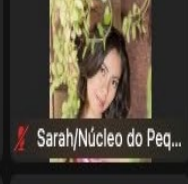
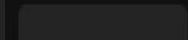
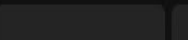
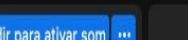
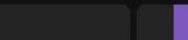
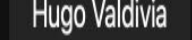
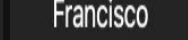
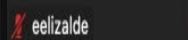
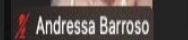
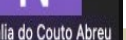
OBJETIVOS/ OBJECTIVES

Discutir e propor estratégias econômicas e organizacionais a partir do desenvolvimento de cadeias de valor que incluam e fortaleçam povos e comunidades tradicionais (IPLC - Indigenous Peoples and Local Communities).

Discutir y proponer estrategias económicas y organizativas basadas en el desarrollo de cadenas de valor que incluyan y fortalezcan a los pueblos y comunidades tradicionales.

Discuss and propose economic and organizational strategies based on the development of value chains that include and strengthen indigenous peoples and local communities (IPLC).

BioForestALC

 Luis Carrazza - Centr...	 Neluca Soares	 Bruna De Vita	 roberto porro	 Hermes Greg...	 Kolbe WWF Brasil	 Sandra Sharry	 Luis Carrazza - Centr...	 Hercules Quelu - IPÊ...	 Fabiano Ruas - Imafi...	 RochaVera, Wilson (F...	 Sandra Sharry	 Kolbe Santos	 Ana
 Fabiano Ruas - Imafi...	 iPhone (7)	 Ana	 Helena Chiar...	 Daniel	 Noara	 Ángel Antoni...	 Sebastião dos Santos Pe...	 Mayra	 Maria Margarida Ribe...	 Neluca Soares	 Michael Nan...	 wilson's iPhone	 Patricia Taek...
 javier slutsy	 Mayra Esseb...	 Fabiana Prado/IPÊ	 Michael Nan...	 ignacio lombardi	 Jessica Garcia	 Marcelo Kuhl...	 AFHORTAMA...	 Usuario	 Bruna De Vita	 javier slutsy	 Camila Gusmão	 Juan Pablo M...	 Fabiana Prado/IPÊ
 javier slutsy	 Mayra Esseb...	 Michael Nanden	 Michael Nanden	 ignacio lombardi	 Jessica Garcia	 Marcelo Kuhlmann	 AFHORTAMA Darcy	 Usuario	 Bruna De Vita	 javier slutsy	 Camila Gusmão	 Juan Pablo Moro - P...	 Fabiana Prado/IPÊ
 Angela Pellin...	 Salomao/Kelita	 Rafael Serafim	 Interpreter EN<>PT Ce...	 Ariel Miranda	 Rachel Int es...	 Ana Cantanh...	 ignacio lombardi	 Jessica Garcia	 Laura Vasconcelos d...	 Marcelo Kuhl...	 roberto porro	 Cristiane Hel...	 Angela Pellin...
 Angela Pellin - IPÊ	 Salomao/Kelita	 Rafael Serafim	 Interpreter EN<>PT Ce...	 Ariel Miranda	 Rachel Int esp<>port	 Ana Cantanhede	 Salomao/Kelita	 Sofia Orlet_ Interpreter	 Rafael Serafim	 Interpreter EN<>PT ...	 Anaïs Salibur	 Luciana Amb...	 Ariel Miranda
 Pâmela de Souza Prim	 Irma Iraida Briceño S...	 Ana Laiene	 Raquel Leão	 luis oliveira	 Sarah/Núcleo do Pequeno	 Litaiff Isabela	 enio carlos	 Sidaly Ortega Gómez...	 Rachel Int es...	 Ana Cantanh...	 VAL	 Mariana	 Yan Dutra
 Hugo Valdivia	 OFRED	 eelizalde	 Laura	 Alejandra Ra...	 Francisco	 Andressa Barroso	 Gabriela Lich...	 Pâmela de Souza Prim	 Sandra Castro Sinchi	 Tomas Rosenfeld	 Helena Chiaretti Leonel	 Irma Iraida Briceño S...	 Natalia do Couto Abreu

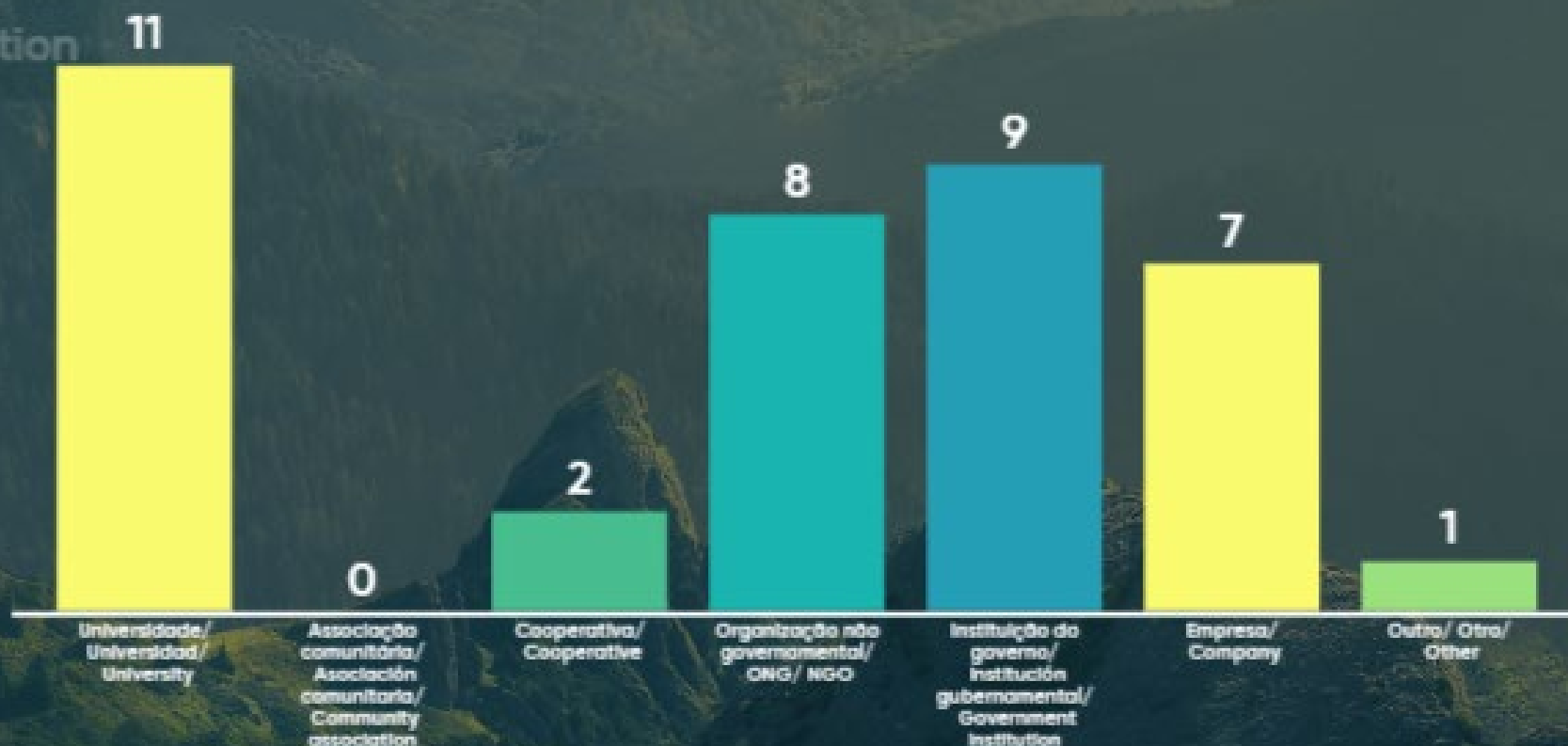
BioForestALC

1. Em que país você está agora?

instituição acadêmica
guyana francesa colombia
brasil
reino unido
argentina
italia
bolivia
suriname
estados unidos

2. Categoria de sua instituição:

Categoría de su institución
Category of your institution



BioForestALC

1. Exportação do Baru: parceria entre a Central do Cerrado e a Botanica Origins

Exportación del Baru: colaboración entre la Central del Cerrado y Botanica Origins

Baru Export: partnership between Central do Cerrado and Botanica Origins

Luiz Carrazza/Central do Cerrado e Camila Gusmão/Empresa Botanica Origins (Brasil)

2. Parceria entre empresa e comunidade no desenvolvimento de cadeias de valor da borracha

Colaboración entre empresa y comunidad en el desarrollo de cadenas de valor del caucho

Partnership between company and community in the development of rubber value chains

Sebastião dos Santos Pereira/Empresa Veja (Brasil)

3. Origens Brasil: Garantia de negócios pela floresta em pé

Origens Brasil Garantía de negocios por el bosque en pie

Origins Brazil: Business guarantee through the standing forest

Fabiano Ruas/Imaflora/Origens Brasil (Brasil)

4. Projeto de Uso Sustentável da Biodiversidade

Proyecto de Uso Sostenible de la Biodiversidad

Sustainable Use of Biodiversity Project

Sandra Sharry / Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

BioForestALC

Oportunidades 28

Quals são as oportunidades? / ¿Cuáles son las oportunidades? / What are the opportunities?

+

Divulgar produtos "menos conhecidos" (ex.: bacaba, pupunha, cupuaçu, caju/cajuína)

11 0

Comércio justo (Fair Trade)

11 0

Estratégia de Pagamento por Serviços Ambientais inclusive implementada com o apoio das empresas (Exemplo: Natura, Veja/Vert)

9 0

Parcerias entre: associações comunitárias, organizações de apoio, governos e empresas locais.

14 0

Incentivar os consumidores a aceitarem a heterogeneidade dos produtos

6 1

Parcerias com empresas que atuam no mercado internacional de forma justa (ex. baru, tuhka, semente de Brosimum alicastrum)

7 0

Descobrir usos e atributos incríveis dos produtos da sociobiodiversidade

⋮

Desafios: 30

Quals são os desafios? / ¿Cuáles son los retos? / What are the challenges?

+

Promover a transição para a bioeconomia com justiça, inclusão, biodiversidade, redução da desigualdade, regeneração/recuperação florestal, agregação de tecnologias junto ao conhecimento tradicional

9 0

Combinar a bioeconomia com a lógica do "mercado de escala" (por exemplo, açaí) sem que leve à monocultura —
Aumentar o comprometimento das empresas comunitárias

5 1

Logística

4 0

Conseguir informar os benefícios dos produtos aos consumidores.

—
Evitar que a diferenciação interna aos grupos sociais seja muito pronunciada como resultado da organização para comercialização.

—
Identificar a bioeconomia local, já existentes e ter todo o cuidado de não superexplorar essas cadeias, respeitando o tempo de produção e suas comunidades.

2 0

Integrar de forma harmônica os diversos entes envolvidos nas diversas etapas dos produtos da sociobiodiversidade.

⋮

BioForestALC

Desafios

Promover a transição para a bioeconomia com justiça, inclusão, biodiversidade, redução da desigualdade, regeneração/recuperação florestal, agregação de tecnologias junto ao conhecimento tradicional

O que precisamos fazer?

Em relação a promover a bioeconomia com justiça, incentivar parcerias com empresas que pratiquem o comércio justo.

Incentivar a pesquisa das cadeias de valor nas universidades (por exemplo estudo do pesquisador da Embrapa Roberto Porro sobre a cadeia do babaçu)

Criar modelos a partir das experiências de sucesso

Estimular a Economia Circular

Estruturar a base produtiva das cadeias de valor, com estímulo a formação, tecnologias, financiamento na base

Respeitar as características e diferenças de cada comunidade local/ grupos sociais

Ter mercado adequado que estimule a inclusão

Criar políticas públicas de garantia dos territórios para os povos e comunidades tradicionais

Desenvolver tecnologias que valorizem os produtos

Desenvolver a indústria brasileira para agregar valor e incentivar a economia interna

Incentivar para que os jovens fiquem no território

Empoderar as mulheres

BioForestALC

Desafios

O que precisamos fazer?

Logística

Dar acessibilidade -
ter estradas
adequadas, internet,
financiamento

Criar normativas e
regulamentos para
acesso a linhas de
financiamento e acesso
à água

Não privatizar os
correios no caso do
Brasil

Melhorar o escoamento
fluvial principalmente na
Amazônia, além dos
portos

Desenvolver ecommerce
(precisa de internet,
locais de
armazenamento para os
produtos)

Criar redes de
organizações que
representavam as
menores

Instalar indústria,
laboratórios mais
próximos às
comunidades

Aproximar da produção
alguns elos da cadeia como
processamento,
embalagem, dinamizando a
economia local.

Incentivar a formação de
redes de comércio e
organizações maiores (como
por exemplo o modelo
adotado pela empresa
Magazine Luiza no Brasil)

Agregar valor na origem no
produto e orientar a
localização de plantios em
locais apropriados e
melhorar a produção de
produtos in natura.

BioForestALC

Desafios/ Oportunidades

Parcerias entre:
associações
comunitárias,
organizações de apoio,
governos e empresas
locais.

O que precisamos fazer?

Criar Políticas de incentivo para promover o relacionamento: como redução de impostos.

Dar **subsídios** para que haja um **equilíbrio de vantagens** em todos os elos da cadeia na competição com a economia de escala.

Buscar estratégias diferenciadas para os grupos diferenciados.

Criar políticas de inserção como a PGMBio (Política de Pagamento pelo preço Mínimo dos produtos da biodiversidade – política existente no Brasil)

Estabelecer estratégias inteligentes para sensibilizar órgãos federais e estaduais – ter um projeto com a solução

Acompanhamento e apoio na organização dos territórios, capacitação e financiamento

Estabelecer preço pelos serviços ambientais e todos os elos da cadeia

Agregar políticas públicas já existentes.
Agregar parceiros

BioForestALC

Desafios/ Oportunidades

Comércio Justo (Fair
Trade)

O que precisamos fazer?

Ter informação
compartilhada para
todos os elos, para ter
relações mais justas
(como por exemplo a
Certificação do Selo
Origens Brasil)

Rastreabilidade dos
produtos para gerar
transparência e
conhecer a origem dos
produtos

Repartição de benefícios –
aplicação da lei da
biodiversidade e da lei de
repartição de benefício no
Brasil, além da
rastreabilidade dos
produtos

BioForestALC

Desafios/ Oportunidades

Estratégia de Pagamento por Serviços Ambientais inclusive implementada com o apoio das empresas

Observação

O trabalho de comercialização das empresas ainda não considera os serviços ambientais e sociais gerados, pois não tem métrica e nem cálculo. As empresas pagam pelo produto (bonificação).

O que precisamos fazer?

Ter pesquisa para conhecer o preço dos serviços (custo e impacto)

Divulgar ao consumidos os serviços que estão incluídos no produto

Incentivar o Mercado de carbono (Brasil)

Fazer as empresas conhecerem os serviços que estão sendo prestados (importância da conservação biodiversidade dos povos e comunidades que produzem, valores culturais dos povos e comunidades)

Levantar os serviços prestados de todos os elos

BioForestALC

Oportunidades

Divulgar produtos
“menos conhecidos”

O que precisamos fazer?

Usar redes sociais,
programas de televisão,
entrevistas, feiras e
artigos de jornais

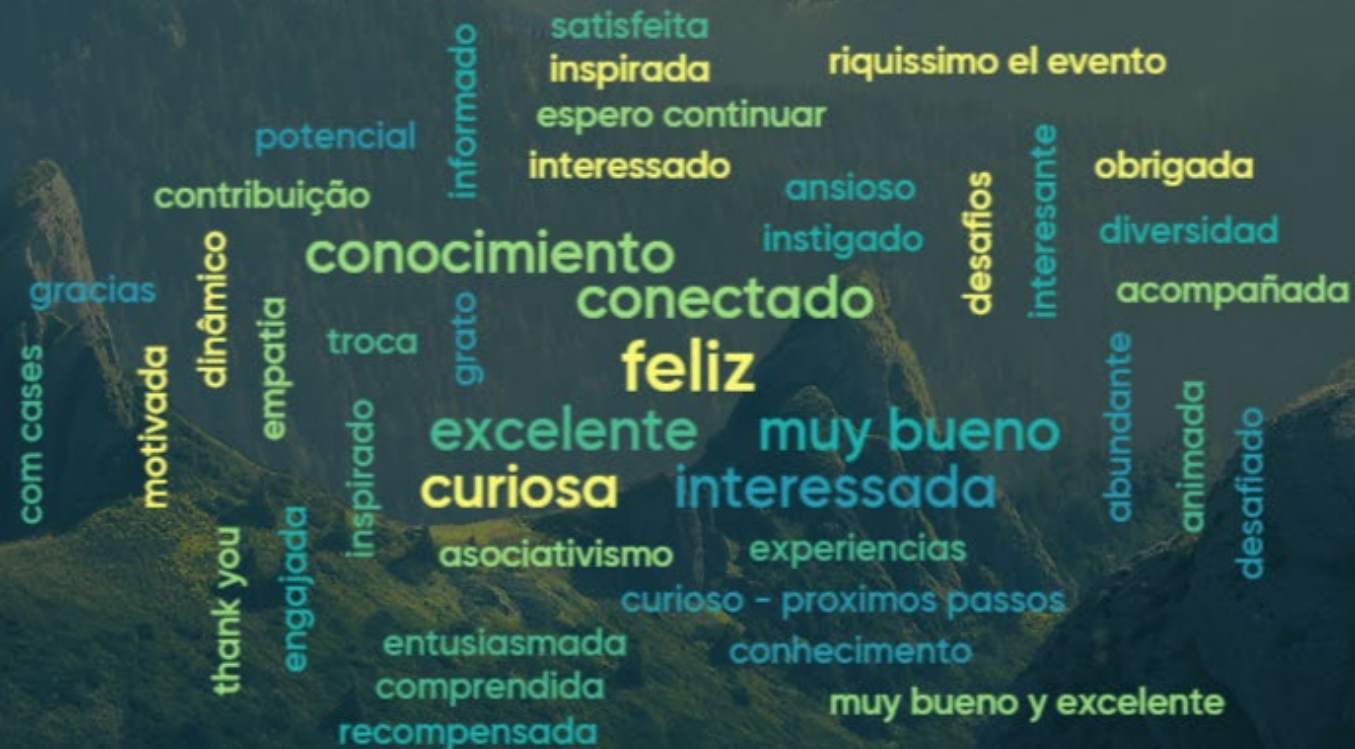
Estimular os
consumidores a
provarem os produtos:
convidar chefs, deixar
em comércios e feiras

Divulgar nos produtos a
história dos produtos e
valores das comunidades
que produzem, além dos
serviços ecossistêmicos
associados à produção

Campanha nacional
sobre os produtos da
sociobiodiversidade

BioForestALC

1. Escreva até 3 palavras de como você está saindo deste encontro?



A word cloud of feedback phrases in various colors (green, blue, yellow) against a background of a person standing on a mountain peak. The phrases are arranged in a circular pattern around the center.

com cases
motivada
dinâmico
empatia
engajada
thank you
recompensada
compreendida
entusiasmada
curiosa
excelente
feliz
conectado
conhecimento
troca
grato
informado
potencial
contribuição
satisfeita
inspirada
espero continuar
interessado
anioso
instigado
desafios
interesante
obrigada
diversidad
acompañada
abundante
animada
desafiado
muy bueno
interessada
experiencias
curioso - proximos passos
conhecimento
muy bueno y excelente
asociativismo

BioForestALC

Mentimeter

Quais suas expectativas para continuidade pós-evento?

Grupos para troca de experiências e aprofundamento dos diálogos realizados

Ter algo concreto com os encaminhamentos

Um plano de ação

Cocriar um plano de ação

Seguir debatendo os assuntos para perceber as visões de cada participante sobre a bioeconomia não madeireira.

Plano de ação

deveriam ser feitas cartas no fim do evento para os governos com as recomendações e com o peso das instituições presentes

Que o debate possa continuar de outras formas: grupos por email.

seguir compartilhando experiências

Socializar nuestras experiencias de

BioForestALC

Obrigado!
Gracias!
Thank you

Contato: bioforestalc@gmail.com

Realização

