

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.



1. Introdução; 2. Cadeias de Valor: uma estratégia baseada em direitos; 3. Mapeamento das Cadeias de Valor: procedimentos metodológicos; 3.1. Evento de Elaboração do Mapa da Cadeia de Valor; 3.2. Identificação das Etapas da Cadeia de Valor; 3.3. Identificação dos Atores da Cadeia de Valor; 3.3.1 Ator: operador da cadeia; 3.3.2. Ator: prestador de serviço; 3.3.4. Ator: organismo regulador; 4. Experiência da Aplicação: o mapeamento da CV do Açaí do Marajó; 4.1. Mapa da Cadeia de Valor do Açaí do Marajó; 5. Considerações Finais; 6. Referências Bibliográficas.

1. Introdução

Esta Nota Técnica tem por finalidade apresentar os princípios básicos do conceito de Cadeias de Valor e algumas estratégias para sua promoção, além de indicar como os gestores municipais podem fomentar a implementação desta abordagem a partir das experiências já realizadas.

A cadeia de valor, em seu nascedouro, foi utilizada no meio empresarial para identificar, a partir da desagregação das atividades de uma determinada empresa, quais as atividades que agregavam valor e geram vantagens competitivas (PORTER, 1985). A cadeia de valor seria então o resultado das diversas atividades que se diferenciavam do ponto de vista tecnológico, econômico, ambiental e social e que seriam desenvolvidas ao longo dos processos produtivos e de gestão das empresas.

O valor agregado ao produto em cada etapa do processo de produção e comercialização é mensurado por meio do preço que os clientes estão dispostos a pagar pelo produto naquela determinada etapa (PORTER, 1985). Diversos autores afirmam ainda que a cadeia de valor é um modelo que descreve como um produto se movimenta, se transforma e se valoriza, desde a etapa da matéria-prima até o consumidor final,

sendo que o objetivo é adicionar o máximo de valor aos produtos em cada um dos elos da cadeia da maneira menos dispendiosa possível.

Ao focar nos fatores associados aos ambientes internos e externos de uma empresa ou indústria que agregam valor ao produto, a análise da cadeia de valor permite visualizar as relações do processo como um todo, inclusive as relações de poder. É esta característica que incentivou as organizações que trabalham com desenvolvimento social a aprofundarem a abordagem da cadeia de valor enquanto instrumento de análise de grupos socioprodutivos e seus territórios.

Nesta perspectiva, Kaplinsky e Morris (2000), em um enfoque ampliado, explicam que a cadeia de valor de qualquer produto ou serviço de organizações e/ou de trabalhadores é o conjunto de atividades criadoras de valor desde as fontes de matérias-primas básicas, produção primária, transformação, passando por fornecedores, comercialização e a venda final e pós-venda aos consumidores. Portanto, adicionam-se ao conceito tradicional de cadeia produtiva, aspectos sistêmicos que influenciam o resultado da análise. Tal perspectiva permite visualizar as cadeias de valor como sistema econômico, institucional e social.

A GTZ (2007), com sua metodologia denominada de ValueLinks, estrutura o mapeamento das etapas percorridas por um produto primário da sua origem de produção, seguindo todas as etapas de transformação e distribuição, até chegar ao consumidor na forma de um produto final. No entorno dessa cadeia há um conjunto de ações envolvendo a prestação de serviços, coordenação, regulação e políticas públicas atuando em toda cadeia, que se traduz em uma estrutura complexa de governança mediante articulações nos níveis micro e mesoanalítico.

É nessa perspectiva que se incentiva a promoção das cadeias de valor como estratégia de “crescimento favorável aos pobres”. Para as organizações e empreendimentos comunitários e rurais, a promoção de cadeias de valor oferece possibilidade para reduzir custos, compartilhar riscos, aumentar benefícios e obter relações comerciais duradouras, assim como um maior acesso a novas tecnologias de produção, informação, comunicação e melhoria das condições de acesso a novas fontes de financiamento. Nesse sentido, é fundamental: avaliar profundamente o potencial e as limitações para a promoção da cadeia de valor (CV). É igualmente importante: (a) investigar o ambiente de negócios e de políticas públicas, identificando os riscos e os custos relativos para os grupos de interesse; (b) verificar o acesso aos mercados de serviços financeiros, de insumos e de serviços comerciais etc.; (c) analisar os recursos produtivos, em termos de capital humano (escolaridade e problemas de saúde), que resultam em desvantagens aos mais pobres, além da ausência de direitos de propriedade sobre a terra e a água; (d) avaliar as condições de localização em termos de custos de comercialização em relação ao acesso ao mercado consumidor e a possibilidade de investimentos (GTZ, 2007).

Outra característica que se deve entender é que a promoção das cadeias de valor busca impulsionar o desenvolvimento a partir de forças do mercado, ao entender que o crescimento econômico é pré-condição ao aumento de renda dos mais pobres (GTZ, 2007). Nesse sentido, a promoção de cadeias de valor é uma abordagem de desenvolvimento que pode atuar em complementaridade a outras estratégias de crescimento favorável aos pobres. Deve-se analisar sinergias com as diversas abordagens de desenvolvimento: tanto as com perspectiva territorial quanto as com perspectiva

de subsetores e mercados e as com perspectiva da melhoria de políticas e do ambiente de negócios.

2. Cadeias de Valor: uma estratégia baseada em direitos

A promoção das CV é uma estratégia também de estimular o desenvolvimento baseado em direitos (*based rights approach*), considerando que a enorme desigualdade socioeconômica do Brasil é a principal causa da pobreza e da exclusão social da Amazônia. Esse fator reforça a necessidade dessa abordagem nas ações de desenvolvimento. São princípios dos projetos com essa abordagem:

- prestação de contas;
- transparência;
- tomada participativa de decisões;
- não discriminação e atenção a grupos vulneráveis;
- justiça social e equidade;
- concessão de autonomia.

O desenvolvimento baseado em direitos foi estruturado a partir do valioso acervo de declarações do sistema internacional de direitos humanos, que se encontra em pleno desenvolvimento por meio de processos de aprendizagem e partilha de experiências (DERANI, 2001).

Para enfrentar a desigualdade é preciso promover projetos de desenvolvimento alternativos ao modelo vigente. Estes projetos necessariamente devem se basear na conquista plena dos direitos fundamentais dos pobres e de seus representantes e em seu empoderamento.

Os direitos fundamentais, especialmente os sociais, são instrumentos que buscam reduzir os

excessos de desigualdade e promover a justiça social. Têm como motivação garantir a todos os homens e a todas as mulheres oportunidades iguais de educação, de cultura, de saúde, de acesso ao trabalho, emprego e renda, de condições de moradia, lazer, segurança, e de proteção à maternidade e à infância, dentre outros. O conjunto de direitos humanos é universal e indivisível (ONU, 1993). Essa visão holística integra os direitos civis, políticos, econômicos, sociais, culturais, da coletividade dentro da perspectiva e estrutura de abordagens de desenvolvimento local.

Nos últimos anos, embora a desigualdade continue alta no Brasil, as políticas públicas de combate à miséria e apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar contribuíram para reduzir a pobreza e melhorar a distribuição de renda na economia brasileira. Neste período, o programa de assentamento rural no âmbito da reforma agrária aumentou o poder da mulher em termos do direito de propriedade da terra e de tomar decisões sobre o uso dos recursos da família. Concomitantemente houve programas sociais como o bolsa família e o crédito especial para as famílias pobres com juros negativos. Então, em todos os campos, as políticas públicas estão orientadas, embora de forma tímida, a garantir os direitos fundamentais, em especial ao tentar reduzir as desigualdades de renda e sociais da população brasileira.

O empoderamento dos pobres e das comunidades é um processo que ocorre pelo desenvolvimento das capacidades de obter acesso e controle sobre os seus meios de vida. O empoderamento dos pobres, em uma perspectiva freiriana (SHOR; FREIRE, 1986), como processo de ação coletiva, se efetiva quando se consegue articular a dimensão individual (autoestima e autoconfiança) e coletiva (controle dos recursos externos) para analisar, refletir e compreender, mediante suas próprias experiências, sua própria construção histórica e

sociocultural, e enfrentar as causas que originam sua pobreza.

Segundo SEN (2000) o desenvolvimento humano torna-se pleno se a garantia das liberdades humanas se constituir como parte integrante do processo:

O desenvolvimento consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente. (SEN, 2000. p. 10)

Seres humanos capazes de exercitar a liberdade têm mais chances de conquistar o desenvolvimento. Tal oportunidade pode vir com o desenvolvimento de atividades que permitam que pessoas tenham mais poder de governança nas cadeias produtivas de dado território.

Esse desenvolvimento é sustentável (SACHS, 2007) quando proporciona transformações conscientes na vida e nas expectativas das pessoas. Está intrinsecamente ligado à garantia de direitos, com destaque aos direitos das mulheres, dos jovens, dos povos e comunidades tradicionais e das gerações futuras.

3. Mapeamento das Cadeias de Valor: procedimentos método-lógicos

O Mapeamento da CV é parte fundamental para o processo de sua promoção, na medida em que, ao subsidiar a análise e avaliação da situação atual, com seus gargalos e oportunidades, permite a construção coletiva de um plano de ação de enfrentamento dos desafios. Sugere-se o emprego da metodologia ValueLinks B (GTZ, 2009), que apresenta um conjunto de instrumentos e

ferramentas que estimulam a comunicação, a formação de opinião e a tomada de decisão.

O mapa da CV é elaborado em uma oficina de alguns dias com representantes dos diversos segmentos da cadeia, denominados de atores da cadeia de valor. O ponto crítico desta etapa é o trabalho de mobilização social e sensibilização dos atores para a efetiva participação no processo.

3.1 Evento de Elaboração do Mapa da Cadeia de Valor

Dependendo do tamanho do grupo mobilizado, pode-se trabalhar com a totalidade do grupo ou em grupos menores. É importante pontuar que, idealmente, o trabalho somente faz sentido quando realizado como estratégia/instrumento de potencialização de transformações sociais de grupos já mobilizados anteriormente e identificados coletivamente.

O Mapa da Cadeia de Valor deve apresentar graficamente:

- as diferentes etapas as quais o produto percorre, desde sua extração, até os mercados onde o consumidor final tem acesso ao produto;
- os atores e suas localizações ao longo da CV;
- um conjunto de identificações gráficas, com formatos, cores e símbolos específicos que demonstra as relações e o fluxo do produto.

A seguir, à medida que se apresentam as etapas e os atores do mapeamento, será apresentado o conjunto de identificações.

3.2 Identificação das Etapas da Cadeia de Valor

O processo de definição de quais etapas irão compor a CV a ser trabalhada pode variar em função dos seguintes aspectos: complexidade da própria cadeia; método adotado na divisão dos grupos de trabalho; representatividade dos atores; questões geográficas; autoconhecimento dos atores sobre a amplitude/complexidade da cadeia; entre outros.

Nesse sentido, é fundamental tanto a mobilização prévia para garantir a ampla diversidade de atores da cadeia, quanto os facilitadores/moderadores para estimularem o amplo debate.

As etapas da cadeia apresentam os pontos de transição, de transmissão do produto entre operadores, locais onde normalmente há agregação de valor ao produto. São etapas recorrentes de diversas CV: Produção, Extração, Transporte, Distribuição, Beneficiamento, Comércio/Exportação e Consumo.

Há cadeias mais complexas, outras mais simples. Há cadeias mais curtas e outras mais longas. Há, ainda, a possibilidade de cadeias com ramificações, tanto pelo tipo de operadores quanto devido aos diversos tipos de mercados.

Na oficina, na dinâmica de grupo para construção do Mapa da CV, as etapas são representadas por tarjetas brancas de papel com formato de setas, conforme a seguir.



Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

3.3 Identificação dos Atores da Cadeia de Valor

Os atores da cadeia de valor podem ser estruturados em quatro grupos. São eles:

3.3.1 Ator: Operador da Cadeia

Os operadores são os atores que detêm o produto para si em algum momento. Eles os adquirem mesmo que por um curto espaço de tempo. Na oficina, são representados pelas tarjetas amarelas de papel. Têm como símbolo:

Operadores

O nível de segurança e/ou formalidade nas negociações entre os operadores é apresentado graficamente por setas:

- setas pontilhadas simbolizam relações fracas ou relações de comercialização sem vínculos contratuais;
- setas em linhas simbolizam relações fortes ou relações de comercialização com vínculos contratuais.

3.3.2 Ator: Prestador de Serviço

São os atores das atividades meio. Mesmo com atuação direta na cadeia, não se tornam detentores do produto. São representados pelas tarjetas azuis. Têm como símbolo:

Prestadores de Serviço

3.3.3 Ator: Organismos de Apoio

Os organismos de apoio são os atores que cooperam para o aprimoramento da CV com serviços como assistência técnica, extensão rural, pesquisa e desenvolvimento, por exemplo. Na oficina, são representados pelas tarjetas verdes de papel. Têm como símbolo:

Organismos de Apoio

3.3.4 Ator: Órgão Regulador

Atores do Poder Público, responsáveis pelo cumprimento das leis, normas e procedimentos sobre a cadeia de valor. São representados pelas tarjetas de cor rosa. Têm como símbolo:

Prestadores de Serviço



Figura 1 - Elaborando um mapa de cadeia de valor.

Fonte: Instituto Peabiru.

4. Experiência da Aplicação: o mapeamento da CV do Açaí do Marajó

No Brasil, um exemplo representativo de utilização da metodologia de promoção de cadeias de valor ocorreu no âmbito do Termo de Cooperação nº 01/2010 realizado entre Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e o Ministério do Meio Ambiente (MMA) que estabeleceram parceria para o fortalecimento de arranjos produtivos locais – APL de produtos da sociobiodiversidade, a fim de promover a segurança alimentar e nutricional de povos e

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

comunidades tradicionais dos Estados do Amazonas, Bahia, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Pará e Piauí (BRASIL, 2010). A metodologia utilizada foi o ValueLinks B.

Um dos produtos selecionados para a promoção da cadeia de valor foi o açaí da região do Marajó, no Estado do Pará. O trabalho envolveu mobilização e sensibilização dos atores; mapeamento da cadeia

de valor, construção do plano estratégico de ação, a partir da elaboração da matriz de pontos fortes/fracos e oportunidades/ameaças; capacitação dos atores em boas práticas de produção, acesso a mercados institucionais e diferenciados, associativismo, entre outros; e monitoramento e avaliação da implementação do plano.

4.1 Mapa da Cadeia de Valor do Açaí do Marajó

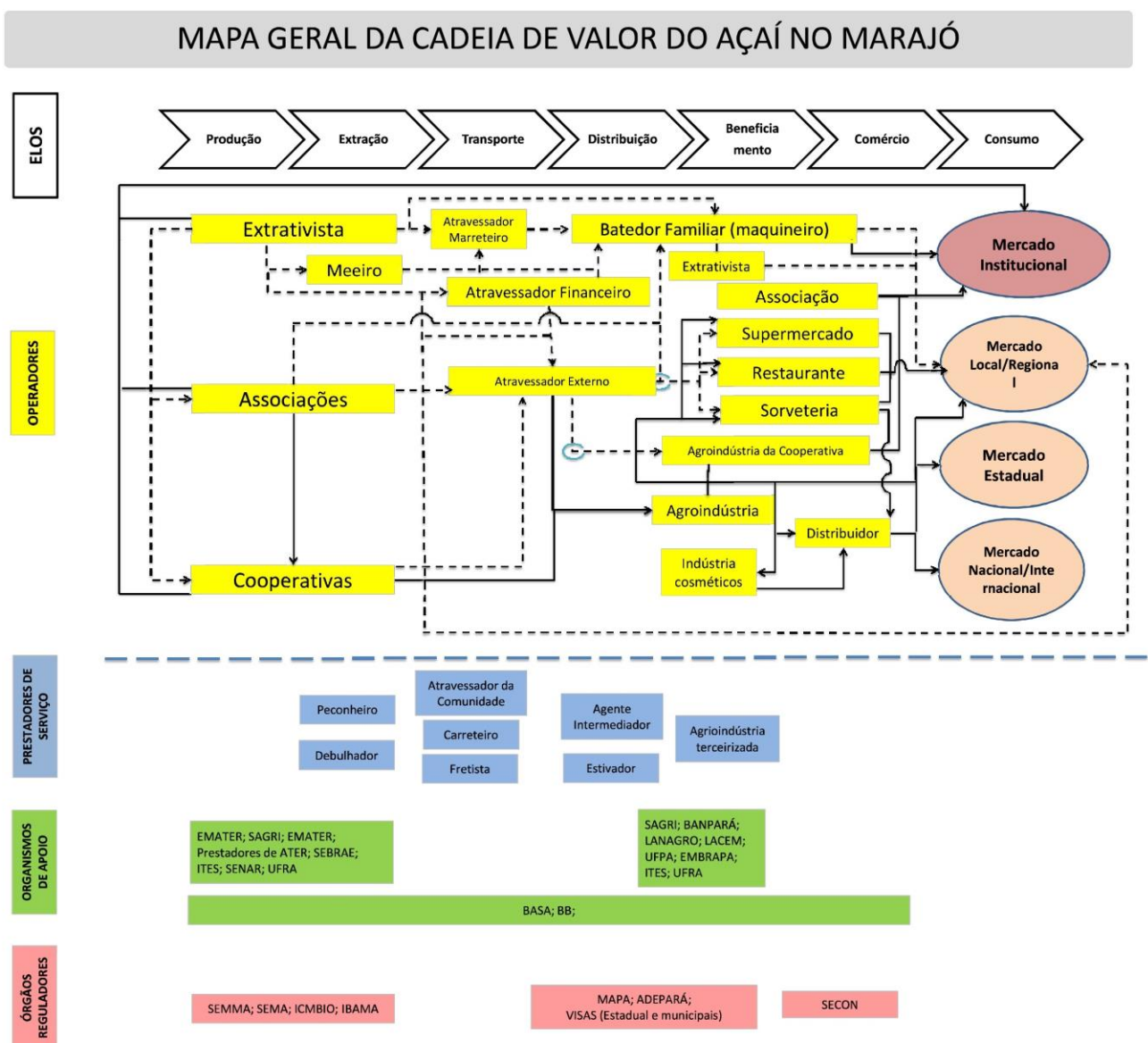


Figura 2 – Mapa da Cadeia de Valor do Açaí no Marajó.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

Tabela 1 – Etapas da CV do Açaí do Marajó

ELOS	Descrição dos ELOS
Produção	Atividades de plantio, limpeza dos açaizais, desbaste de estipes e touceiras, raleamento.
Extração	Atividades de coleta, debulha e ensacamento dos frutos de açaí.
Transporte	Armazenamento, congelamento e o transporte propriamente dito. No Marajó o transporte é principalmente por meio fluvial.
Distribuição	Etapa caracterizada como importante, mas pouco considerada em estudos, são atividades de seleção/triagem, armazenamento, transporte, congelamento e distribuição.
Beneficiamento	Mercado local: Obtenção do vinho popular do açaí. No caso de industrialização: lavagens, despulpamentos, congelamentos, branqueamento; Há ainda casos de uso para indústria de cosméticos.
Comércio	Ocorre o transporte, a distribuição e a venda de açaí <i>in natura</i> ou processado..
Consumo	Nos mercados locais, estaduais, nacionais e internacionais; cabe também destaque para os mercados institucionais incentivados pelo Governo Federal por meio de seu Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) que começam a ganhar destaque como clientes do açaí marajoara.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

Tabela 2 – Identificação e Descrição da Atuação dos Operadores da CV do Açaí do Marajó

Operador	Etapa de atuação	Descrição da atuação do operador
Extrativista	Produção / Extração / Beneficiamento	Principal ator da cadeia. Detém a posse e maneja a floresta para a produção de frutos de açaí.
Associação	Produção / Extração / Comércio	Organização social formal que representa as famílias agroextrativistas na busca por políticas públicas e melhores condições para a produção e comercialização do açaí.
Cooperativa	Produção / Extração/ Comércio	Tem como objetivo melhorias socioeconômicas na vida de seus cooperados. Tem enfoque mais comercial em relação à associação.
Meeiro	Extração	Família ou indivíduos que recebem metade da produção de outra família por prestarem serviços (manejo e/ou coleta) nos açaizais da família proprietária.
Atravessador Marreteiro	Transporte	Agente intermediador da venda do açaí. Importante elo da cadeia. Transporta a produção para os batedores locais na capital ou sedes municipais, além de repassar aos atravessadores externos. Normalmente sua origem é o próprio Município onde “atravessa”. Nos últimos dez anos tem perdido poder de aviamento sobre os extrativistas devido a melhorias na comunicação, associação e competitividade do mercado. No entanto, em comunidades produtoras do Marajó distantes de mercados consumidores, ainda consegue na base do poder, manter relações comerciais injustas.
Atravessador Externo	Transporte	Segundo agente intermediador da venda do açaí que junta os frutos coletados pelo atravessador marreteiro e os transporta para os locais de distribuição ou beneficiamento. Possuem bastante força na cadeia de valor do açaí.
Atravessador Financeiro	Transporte	Categoria de agente intermediador da venda do açaí que, além de realizar as funções dos atravessadores anteriormente citados, atua como agente de crédito. Empréstimo dinheiro para batedores de açaí, a juros acima do mercado, para que estes possam comprar os frutos ou investir em maquinário.

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

Operador	Etapas de atuação	Descrição da atuação do operador
Batedor de Açaí	Distribuição/ Beneficiamento	Operador importante da cadeia de valor do açaí no nível local. Além de fazer a distribuição, transforma os frutos em vinho para consumo no próprio Município. Funciona como uma espécie de “termômetro” da oscilação de preços no mercado para os extrativistas.
Agroindústria	Beneficiamento	Indústria particular que recebe os frutos dos atravessadores para processamento, congelamento e armazenamento da polpa para distribuição e venda a supermercados, restaurantes etc.
Agroindústria da cooperativa	Beneficiamento	Indústria vinculada à cooperativa dos extrativistas que processa, congela, armazena e vende a polpa a supermercados, restaurantes etc.
Indústria de Cosméticos	Beneficiamento	Indústria particular que recebe os frutos dos atravessadores, associações ou cooperativas para extração dos princípios ativos do açaí e assim vendê-los para as grandes empresas do setor de cosméticos.
Restaurantes	Beneficiamento / Comércio	Setor de comércio que repassa o produto transformado (vinho ou polpa congelada) conforme seu interesse para o consumidor final.
Supermercados	Beneficiamento / Comércio	Setor de comércio que repassa o produto transformado (vinho ou polpa congelada) conforme seu interesse para o consumidor final.
Sorveterias	Beneficiamento / Comércio	Setor de comércio que repassa o produto transformado conforme seu interesse para o consumidor final.
Distribuidores	Comércio	Atua no armazenamento e distribuição dos itens produzidos pela indústria de cosméticos.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

Tabela 3 – Identificação e Descrição da Atuação do Prestador de Serviço CV do Açaí do Marajó

Prestador de serviço	Etapas de atuação	Descrição da atuação do prestador de serviço
Peconheiro	Extração	Designação local para quem “apanha” (extraí) os cachos de açaí no alto das árvores e recebe pelo serviço. Muitos deles são adolescentes, a partir de 12 anos.
Debulhador	Extração	Apesar de pouco comentado, o debulhador ganha cada vez mais espaço como prestador de serviço da cadeia de açaí, principalmente em lugares como São Sebastião da Boa Vista e Muaná, no Marajó. Muitas mulheres e crianças atuam na atividade de debulha (retirar os caroços do cacho) do açaí.
Atravessador Comunitário	Extração/ Transporte	Prestador de serviço que surgiu recentemente no Município de Curralinho, cuja função é recolher a produção da comunidade ou associação para “escapar” dos atravessadores marreiros ou mesmo atravessadores externos. O pagamento ao atravessador comunitário adota preços acordados entre os membros da comunidade.
Carreteiro	Transporte	Componente da cadeia que atua nos portos das sedes municipais e capital embarcando e desembarcando a produção.
Fretista	Transporte	Componente da cadeia que transporta e distribui a produção de açaí na cidade de Belém para as agroindústrias ou agentes do comércio. Alguns possuem caminhão com câmara fria.
Estivador	Distribuição /	Componente da cadeia que atua nos grandes portos e nos armazéns das capitais embarcando e desembarcando a produção de açaí.
Agente Intermediador	Distribuição / Beneficiamento	Prestador de serviço que trabalha em articulações comerciais de venda e revenda, com pouco ou nenhum contato com a manipulação dos frutos.
Agroindústria terceirizada	Beneficiamento	Indústria particular que presta serviços de embalagem da polpa de frutas para associações.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

Tabela 4 – Identificação e Descrição da Atuação do Serviço de Apoio da CV do Açaí do Marajó

Serviço de apoio	Etapas de atuação	Descrição da atuação do serviço de apoio
Banco do Brasil	Produção/ Extração / Transporte / Comercialização	Financiamentos (Pronaf ¹) e assessoria técnica para o manejo dos açaizais nativos, armazenamento, transporte e comercialização do açaí.
Banco da Amazônia	Produção/ Extração / Transporte / Comercialização	Apoio por meio de financiamento (Pronaf) e assessoria técnica para o manejo dos açaizais nativos, armazenamento, transporte e comercialização do açaí.
EMATER	Produção / Extração/	Prestador de assistência técnica do Governo do Estado do Pará com escritórios nos 16 Municípios do Marajó. Mesmo com a falta de estrutura diante da logística regional, tem se mostrado uma referência técnica para os extrativistas.
Outras prestadoras de ATER	Transporte	Prestadoras de serviço de assistência técnica e extensão rural privadas. Contratadas principalmente a partir dos editais do MDA para atendimento das comunidades.
SAGRI	Transporte	Secretaria Estadual de Agricultura que estabelece as políticas públicas para o meio rural.
SENAR	Produção / Extração	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural que tem realizado capacitações em manejo de açaizais e técnicas de manipulação de frutos.
SEBRAE	Produção / Extração	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – tem atuado em capacitações de manejo e empreendedorismo.
UFRA	Produção/ Beneficiamento	Universidade Federal Rural da Amazônia. Com projetos voltados para o fortalecimento da produção e da gestão comunitária da comercialização do açaí. Ações nos Municípios de Curralinho, São Sebastião da Boa Vista, Breves e Portel.
UFPA	Produção/ Beneficiamento	Universidade Federal do Pará. Projetos de melhoria na produção, gestão de empreendimentos e na comercialização do açaí.
ONGs e Fóruns de debate territorial	Produção / Extração	Nos últimos anos, organizações da sociedade civil, como o Instituto Peabiru, realizam pesquisas para entender os impactos da atividade do açaí no contexto econômico regional e nacional. Somam-se a isso, ações do Colegiado de Desenvolvimento Territorial do Marajó (CODETEM) que demandado do Poder Público políticas públicas de qualificação profissional, crédito, regularização fundiária, infraestrutura para comercialização, monitoramento de impactos, entre outras coisas.
EMBRAPA	5.	Centro de excelência em pesquisa que tem realizado pesquisas em manejo do açaizal nativo e desenvolvimento da variedade BRS para plantações.
LANAGRO	6.	Laboratórios Nacionais Agropecuários que monitoram a qualidade do açaí vendido, inspecionando procedimentos de armazenamento e transporte dos frutos.
LACEN	7.	Laboratório credenciado pelo Estado ou Município que monitora a qualidade do açaí para consumo humano. O LACEN da Secretaria Municipal de Saúde de Belém, por exemplo, tem atuado no monitoramento de contaminações do açaí <i>pelo Tripanossoma cruzi</i> , causador do Mal de Chagas.
BANPARÁ	8.	Banco que apoia o beneficiamento de frutas do açaí por meio de financiamentos.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

¹ Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

Cadeias de Valor: uma abordagem de empoderamento

Esta Nota Técnica busca contribuir para a qualificação daqueles que atuam sobre os problemas decorrentes do desmatamento na Amazônia.

Tabela 5 – Identificação e Descrição da Atuação dos Órgãos Reguladores da CV do Açaí do Marajó

Órgãos reguladores	Etapas de atuação	Descrição da atuação dos órgãos reguladores
SEMAS	Produção/ Extração	Secretaria Estadual de Meio Ambiente. Responsável pela Dispensa do Licenciamento Ambiental e pelo suporte técnico ao licenciado municipal.
SEMMA	Produção/ Extração / Transporte	Secretarias Municipais de Meio Ambiente. Responsáveis pelo monitoramento e regulamentação do manejo do açaí.
ICMBIO	Produção / Extração	Instituto Chico Mendes. Atua nas seis Unidades de Conservação do Marajó. É responsável pelo acompanhamento do uso florestal dos açaizais em cerca de 850 mil hectares de floresta.
IBAMA	Produção / Extração	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Junto ao ICMBIO, fiscaliza a atividade florestal no Marajó.
MAPA	Transporte / Distribuição	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Inspecciona o transporte, a distribuição e o beneficiamento, no que lhe compete.
ADEPARÁ	Produção / Extração	Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Estado do Pará. Inspecciona o transporte, a distribuição e o beneficiamento, no que lhe compete.
ANVISA	Produção / Extração	A Agência Nacional de Vigilância Sanitária inspecciona a qualidade do açaí em relação ao consumo humano, sobretudo nas áreas de distribuição, beneficiamento e comércio.
VISA ESTADUAL	Produção/ Beneficiamento	A Vigilância Sanitária Estadual inspecciona a qualidade do açaí em relação ao consumo humano, sobretudo nas áreas de distribuição, beneficiamento e comércio.
SECON	Produção/ Beneficiamento	Secretaria Municipal de Economia que analisa o desempenho da venda do açaí no mercado local.

Fonte: Potiguar e Oliveira, 2016.

9. Considerações Finais

As relações da Cadeia de Valor não são somente econômicas, mas são, principalmente, relações sociais, de poder. Por isso, a análise de cadeias de valor permite entender ainda a distribuição das tarefas e responsabilidades e, assim, trabalhar questões de gênero, além de valorizar o papel dos jovens. São questões que devem ser estudadas:

Como ocorrem as decisões? Quem as toma, homens ou mulheres? Ambos? Os jovens participam?

- Quais e como são distribuídos os benefícios?
- Como as mulheres participam dos processos?

- Como ocorre a participação dos mais jovens?
- Quais são os entraves e as potencialidades?
- O que foi agregado para aumentar o preço entre etapas?

A construção do Mapa da Cadeia de Valor deve impulsionar ações orientadas à promoção de melhorias na produção, transporte, beneficiamento, comercialização, entre outros. É fundamental que essas ações sejam planejadas e conduzidas utilizando-se técnicas consolidadas de gerenciamento de projetos, especialmente de projetos de desenvolvimento, com suas especificidades do escopo do projeto e de seus produtos, por suas demandas sociais e ambientais (OLIVEIRA, 2015).

Ao vincular as dinâmicas de mercado com as dinâmicas locais e de conservação dos recursos naturais, a promoção das cadeias de valor estimula o fortalecimento da governança territorial e o aumento do capital social entre grupos historicamente excluídos, pré-requisitos ao desenvolvimento. Isso ocorre à medida que esses grupos mobilizam suas capacidades e potencialidades específicas, gerando transformações das bases econômicas e de organização social local.

10. Referências Bibliográficas

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS); Ministério do Meio Ambiente (MMA). Termo de Cooperação n 001/2010. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 15 jun. 2010. p. 129. Disponível em: <<http://portal.imprensa nacional.gov.br/>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

DERANI, Cristiane. *Direito Ambiental Econômico*. 2ª Edição. São Paulo: M. Limonad, 2001.

GTZ. *Guia Metodológico de Implementação das Oficinas de Promoção de Cadeias de Valor*. Programa para Proteção e Gestão Sustentável das Florestas Tropicais do Brasil. Brasil: 2009.

GTZ. *Manual ValueLinks: a metodologia de promoção da cadeia de valor*. Brasília: 2007.

KAPLINSKY, Raphael; MORRIS, Mike. *A Handbook for Value Chain Research*. The International

Development Research Centre (IDRC), 2001. Disponível:

www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf. Acesso: 05/09/2016.

ONU. Declaração e Programa de Ação de Viena. 1993.

OLIVEIRA, Hermógenes J. Sá. *Guia de Gerenciamento de Projetos Socioambientais*. Belém: Instituto Peabiru, 2015.

PORTER, M. E. *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.

POTIGUAR, Manoel; OLIVEIRA, Hermógenes J. Sá. *Planejamento Estratégico para o Fortalecimento do Arranjo Produtivo Local da Cadeia de Valor do Açaí do Marajó*. Belém: Instituto Peabiru, 2016.

SACHS, I. *Rumo à Ecosocioeconomia – teoria e prática do desenvolvimento*. São Paulo: Editora Cortez, 2007.

SEN, A. K. *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SHOR, Ira; FREIRE, Paulo. *Medo e Ousadia – o cotidiano do professor*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

É permitida a reprodução total ou parcial desta publicação, desde que citada a fonte.



ibam

Instituto Brasileiro de Administração Municipal – IBAM
Programa de Qualificação da Gestão Ambiental – Municípios do Bioma
Amazônia – PQGA

Rua Buenos Aires nº 19 – Centro – RJ

E-mail: contato-amazonia@ibam.org.br | Web: amazonia-ibam.org.br

Autor: Hermógenes J. Sá de Oliveira – Consultor do PQGA/IBAM
Administrador pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Mestrando do
Programa de Pós-graduação em Gestão de Recursos Naturais e Desenvolvimento
Local na Amazônia (PPGEDAM) – NUMA/UFPA.