



CÓDIGO DE BOAS PRÁTICAS NA CADEIA AGROALIMENTAR

Como pode a minha empresa aderir os Princípios do Código de Boas Práticas Comerciais na Cadeia Agroalimentar?

Lista de verificação rápida para PME

Como posso implementar os Princípios do Código de Boas Práticas Comerciais na Cadeia de Abastecimento Agroalimentar?

Ao registarem-se, as empresas comprometem-se a:

- Respeitar os Princípios das Boas Práticas estabelecidos no Código de Boas Práticas para a Cadeia de Abastecimento Agroalimentar (CBPC);
- Rever os seus procedimentos internos para garantir que, a todos os níveis da sua organização, os Princípios sejam aplicados pelos colaboradores, no momento da inscrição e no futuro;
- Cumprir com os requisitos do Quadro de Implementação do CBPC.

Este documento destina-se a apoiar as empresas, especialmente as PME, no momento de registo.

1. Registrar no sistema

A empresa tem a possibilidade de formalizar a sua intenção de subscrição dos Princípios do CBPC através de uma carta de intenções assinada por um representante com poderes para vincular a empresa. A assinatura e envio da carta de intenções marcam o início de um período de transição durante o qual a empresa terá de tomar as medidas necessárias para garantir a conformidade com os Princípios do CBPC. O período de transição está estimado em cerca de 6 meses.

Após a implementação destas medidas, a empresa regista-se oficialmente no site português do CBPC, fornecendo as informações necessárias para o registo oficial.

Ao subscreverem os Princípios do CBPC, as empresas comprometem-se a respeitar esses Princípios, bem como o Quadro de Implementação dos mesmos.

2. Respeito pelos Princípios de Boas Práticas

Os grupos signatários do CBPC definiram um conjunto de 11 Princípios de Boas Práticas que, se respeitados, assegurarão maior equidade nas práticas comerciais (Consumidores, Liberdade Contratual, Práticas Comerciais Leais, Acordos Escritos, Previsibilidade, Reciprocidade, Cumprimento, Informação, Confidencialidade, Responsabilidade pelo risco, Pedido Justificável).



3. Sensibilizar os colaboradores para o envolvimento da empresa

As empresas devem comunicar a adoção dos Princípios do CBPC a todos os colaboradores cujas funções impliquem o contacto com parceiros comerciais e requerer que estes adaptem o seu comportamento em relação a fornecedores e compradores em conformidade com os Princípios.

Além das funções óbvias, tais como vendas ou compras, todas as funções que têm um papel na negociação e execução de acordos comerciais devem ser informados sobre a adoção pela empresa dos Princípios do CBPC (por exemplo finanças e contabilidade, logística, Merchandising...).

4. Rever os acordos comerciais existentes

A administração da empresa deve verificar até que ponto as regras de conduta comercial em vigor na empresa são compatíveis com os Princípios do CBPC e adaptar as mesmas quando necessário.

5. Estabelecer um processo para resoluções de litígios

A empresa deve estabelecer um sistema que permita uma discussão aberta entre parceiros comerciais sobre o respeito dos Princípios, reconhecendo que erros podem ser cometidos e precisam ser corrigidos, sem qualquer receio de tensão comercial ou retaliação. Em particular, a empresa deve nomear um gestor de resolução de litígios ou ponto de contacto para resolução de litígios que seja independente da negociação comercial. Este gestor será **necessário para atuar como um mediador** entre as equipas comerciais e outras partes envolvidas. No entanto, após o registo, uma empresa pode justificar que, devido à sua pequena dimensão, não é capaz de garantir essa independência.

O nome e detalhes de contacto desta pessoa devem ser publicados no site da Iniciativa da Cadeia de Abastecimento.

Dependendo da estrutura e da complexidade da empresa, o gestor de litígios pode ser:

A) Para organizações maiores:

- Alguém inserido na equipa jurídica ou departamento de assuntos corporativos que não está envolvido na negociação comercial;
- Um Provedor externo, como um juiz aposentado com bom conhecimento da indústria ou um



escritório de advocacia;

B) Para PME:

- Um membro da organização independente da negociação comercial mais adequado para desempenhar esse papel;
- No momento do registo, uma empresa pode justificar que, devido à sua pequena dimensão, não é capaz de assegurar essa independência

As PME podem também verificar se a sua Associação oferece uma solução sindicalizada apropriada.

O papel do gestor de litígios é:

- Receber queixas de parceiros comerciais com relação à suposta violação do (s) Princípio (s);
- Responder rapidamente às questões/queixas dos parceiros comerciais para acusar receção;
- Investigar internamente a denúncia de forma célere e objetiva;
- Mediar a resolução do litígio entre as duas partes envolvidas ou, se o caso for complexo, oferecer medidas adicionais de resolução de conflitos, tais como mediação externa ou outros métodos previstos no Quadro de Implementação;
- Acompanhar as queixas, como foram tratadas, qual o tempo para a resolução e seus resultados, de modo a fornecer informação para a realização do inquérito anual (ver secção 7, inquérito anual).

6. Formação

As empresas devem formar os trabalhadores, especialmente em áreas onde tenha sido identificada uma lacuna entre os Princípios e as práticas atuais da empresa. As formações podem assumir várias formas:

- Uma formação sobre os Princípios em si, semelhante à formação sobre a conformidade legal.
- Formação sobre comportamentos - sala de aula ou outros tipos de formação que a empresa já pode oferecer.
- Os módulos de formação podem ser oferecidos por associações nacionais, especialmente para as PME.



7. Nomear um ponto de contacto interno para ligação com o Grupo de Governação

Essa pessoa pode ser distinta daquela que foi indicada como ponto de contacto de resolução de litígios. A sua função é manter contacto com o Grupo de Governação, receber comunicações do Grupo de Governação e agir conforme necessário.

8. Informar parceiros de negócios da participação

Não só isso é um sinal claro do compromisso da empresa de respeitar práticas comerciais leais, mas também é um requisito. Embora o sistema não seja prescritivo quanto aos meios de informar os parceiros comerciais, requer uma medida pró-ativa (por exemplo: enviar uma carta ou e-mail, uma referência nos termos contratuais, ou aviso escrito na salas de reunião das negociações).

9. Contribuir para a Revisão Anual

Cada empresa signatária deve completar o inquérito a nível nacional. É um inquérito simples, que abrange um conjunto de medidas qualitativas e quantitativas sobre o respeito dos Princípios, o tratamento de litígios e a eficácia geral do Quadro.

Os resultados do inquérito serão anónimos e permitirão que o Grupo de Governação avalie a eficácia da iniciativa.

O mecanismo do inquérito também pode ajudar as empresas a avaliar o seu próprio desempenho em relação à iniciativa e ajustar os processos internos e a formação em conformidade.

LISTA DE VERIFICAÇÃO DA GESTÃO - QUADRO DE IMPLEMENTAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS -

TAREFAS A REALIZAR (sequência temporal)		Pessoa / Departamento responsável	Início	Duração	Conclusão esperada	FINALIZADO
1. COMUNICAR QUE A EMPRESA SUBSCREVEU O QUADRO - os Princípios e as obrigações a empreender						
2. REVISÃO DAS PRÁTICAS COMERCIAIS EXISTENTES NA EMPRESA E COMPARAÇÃO COM PRINCÍPIOS	Comparar com as regras da empresa, políticas, códigos, se existirem					
	Comparar com termos contratuais nos acordos existentes					
3. NOMEAR GESTOR DE LITÍGIOS						
4. ORGANIZAR FORMAÇÃO	Definir funcionários / unidades / funções alvo					
	Definir a formação (em princípios, comportamento, ...)					
	Formação em curso					
5. NOMEAR PESSOA DE CONTACTO						
6. COMUNICAR AOS PARCEIROS COMERCIAIS						
7. ORGANIZAR A MONITORIZAÇÃO INTERNA	Definir processo interno					
	Reportar à gestão					
	Ações corretivas / formação					
8. RESPONDER A INQUÉRITO OBRIGATÓRIO						