

RUMOS PARA A ECONOMIA DA FLORESTA

Mapeamento de empreendimentos socioambientais na Amazônia revela iniciativas ricas em diversidade que podem ser potencializadas com maior apoio para a consolidação dos modelos de negócios e para a expansão geográfica.

Graziella Maria Comini – Professora da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo.

E-mail: gcomini@usp.br

Agradeço ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) pelo financiamento do estudo e à pesquisadora Yasmin Alvernoz (USP) pela tabulação dos dados.

Resumo

Objetivo: apresentar um retrato de empreendimentos socioambientais na região amazônica mediante a sistematização de uma base de dados.

Estado da arte: os estudos sobre empreendimentos socioambientais concentram-se na Região Sudeste. Faltam pesquisas sobre especificidades regionais particularmente na região amazônica, que apresenta grande potencial para a geração de valor sustentável.

Escopo: o estudo fez o mapeamento e a análise descritiva de 578 empreendimentos socioambientais atuantes na região amazônica.

Originalidade: o artigo apresenta os primeiros resultados de um mapeamento realizado na região amazônica contribuindo para identificar ações necessárias para a consolidação de negócios socioambientais na Região Norte. Observaram-se concentração de empreendimentos nos estados do Pará e do Amazonas, poucos negócios na fase de tração e escala e prevalência de negócios socioambientais com lógica social, com mecanismos institucionais de participação coletiva.

Impactos: o estudo chama a atenção para a importância de empreendimentos capazes de enfrentar o cenário de desmatamento e pobreza na região amazônica, com manejo sustentável dos recursos naturais e inclusão de comunidades tradicionais e valorização da cultura local. Também traz recomendações para diversos atores se unirem a fim de fortalecer esses empreendimentos.

Palavras-chave: Amazônia, economia da floresta, negócios socioambientais, negócios da floresta.

O padrão de crescimento da Amazônia nas últimas décadas se baseou na economia da destruição da natureza e, por consequência, desestimulou o fortalecimento de uma economia regional. Práticas como grilagem, mineração, agropecuária e comércio ilegal de madeira estimularam o desmatamento e as queimadas¹. Somente no período de agosto de 2021 a julho de 2022, foram derrubados 10.781 km² de floresta amazônica, o que equivale a sete vezes a área da cidade de São Paulo (SP). Foi a maior devastação dos últimos 15 anos². Além de provocarem danos ambientais severos, essas práticas ilegais são pautadas por violência e criminalidade, expondo as populações locais à insegurança e a condições de vida precárias. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua referentes a 2021 apontam 45% de pessoas da Amazônia Legal na condição de pobreza – quase o triplo do verificado na Região Sul –, 13,8% de taxa de desemprego e 48,7% da população ocupada em vínculos de trabalho informais³.

O cenário dramático da Amazônia demanda novos modelos de desenvolvimento, mais sustentáveis, menos desiguais e mais inclusivos. O cientista Carlos Nobre defende, na revista *Nature*⁴, a exploração do potencial de uma economia de biodiversidade florestal na Amazônia, isto é, um novo modelo econômico baseado em uma bioeconomia que valorize os recursos naturais renováveis, os serviços ambientais, as inovações geradas pelo aprendizado da dinâmica da natureza (ativos biomiméticos) e o conhecimento tradicional das comunidades locais. Os produtos da sociobiodiversidade, de maneira especial os amazônicos, possuem enorme potencial de utilização pelos setores alimentícios, farmacêuticos e cosméticos, principalmente em função da grande diversidade de ingredientes disponíveis para gerar inovação para esses setores.

Essa reflexão instiga questões como: o que tem sido feito para fomentar iniciativas de bioeconomia? Já existem casos exitosos? Quais são os gargalos? O empreendedorismo socioambiental tem despontado como um dos principais caminhos para um novo modelo econômico que enderece essas questões. Apresentamos neste artigo estudo que mapeia as potencialidades e dificuldades dos negócios socioambientais atuantes na região amazônica.

A única base de dados pública sobre negócios sociais no Brasil foi desenvolvida pela Pipe.Social, uma plataforma que mapeia e conecta negócios de impacto⁵. O último levantamento indicou a existência de 1.300 negócios sociais no Brasil, sendo apenas 3% na Região Norte (39), no entanto o levantamento não apresenta em profundidade o retrato dos empreendimentos expressivos e necessários na Amazônia. Este estudo faz esse mapeamento sistematizando bases de dados de organizações que atuam no fomento de negócios socioambientais na região amazônica. Foi possível identificar 578 empreendimentos socioambientais presentes nos nove estados da região amazônica. A pesquisa apresenta os principais resultados em termos de dispersão geográfica, estágios de desenvolvimento, ano de criação e setores de atuação, apontando caminhos para o fortalecimento desses negócios.

EMPREENDEDORISMO SOCIOAMBIENTAL

Existe uma ampla e diversificada gama de organizações, com diferentes portes, inseridas ou não em cadeias produtivas, pertencentes ou não a arranjos produtivos locais, que estão ocupando espaços para incrementar a vitalidade nas relações econômicas e a participação nas relações sociais e políticas. Nessa multiplicidade de possibilidades, pode-se observar o surgimento de um tipo de organização que aglutina dois objetivos antes vistos como incompatíveis: a geração de valor econômico e a geração de valor socioambiental. Empresas sociais (*social enterprise*), negócios inclusivos (*inclusive business*), negócios sociais (*social business*), negócios da floresta e negócios regenerativos são alguns dos termos usados atualmente para explicar as organizações que visam solucionar problemas socioambientais com eficiência e sustentabilidade financeira por meio de mecanismos de mercado.

Compreendemos esses negócios de uma forma mais ampla do que normalmente indicado na literatura de economia e administração. Nesta, o termo *empreendedor* costuma ser empregado de modo reducionista para identificar pessoas com capacidade de criar negócios, configurados nos moldes organizacionais da empresa capitalista de propriedade privada com a premissa de maximização de lucro aos acionistas. Todavia, o significado de *empreendedor* pode ser mais amplo, como um agente de mudança e fomentador de transformação social, o que abrange diferentes âmbitos organizacionais, incluindo organizações sem fins lucrativos, associações de caráter cooperativo, empreendimentos com finalidades sociais e ambientais, bem como iniciativas socioambientais de empresas privadas e de órgãos públicos.

Estudo realizado no Brasil sobre inovações sociais em negócios sociais⁶ revelou características muito diferentes nos formatos dos empreendimentos, embora todos tivessem como denominador comum o fato de terem sido criados com os propósitos de resolver um problema socioambiental e de atuar sobre as regras de mercado. As diferenças observadas não eram apenas de terminologia, mas de lógica de atuação expressa na modelagem do negócio, na estruturação de sua cadeia de valor, nas práticas de governança e na forma de obtenção de sua sustentabilidade financeira (Figura 1).

De um lado extremo, foi possível observar negócios sociais que atuavam com forte ênfase no mercado, muito similarmente ao que faz uma empresa tradicional (*business as usual*); no outro extremo, havia empreendimentos que tinham um *modus operandi* muito semelhante ao de uma organização da sociedade civil. Entre esses dois extremos, encontrava-se boa parte dos negócios sociais, os quais se estruturaram de forma parecida com uma empresa em determinados fatores e se aproximam de uma organização não governamental (ONG) em outros.

Figura 1.

Continuum da tipologia de negócios sociais

	FATORES	LÓGICA DE MERCADO	LÓGICA SOCIAL
FINALIDADE	Objetivo principal	Aproveitar uma oportunidade de mercado	Resolver um problema socioambiental
	Oferta	Bens e serviços voltados para o consumo da população	Bens e serviços voltados para necessidades básicas da população ou que conservem a biodiversidade
	Intencionalidade	Geração de valor social é um componente importante, porém não central	Geração de valor socioambiental é o core <i>business</i> do negócio
	Escala	Escalabilidade é o fator mais relevante	Replicabilidade é mais relevante que escalabilidade
CADEIA DE VALOR	Clientes	Os clientes pertencem a diversas classes sociais	Os clientes são predominantemente segmentos da população que estão em situação de maior vulnerabilidade social
	Fornecedores	Os critérios para escolha são preço e qualidade	Procura-se contratar segmentos da população que estão em situação de maior vulnerabilidade social
	Colaboradores	Não há priorização socioambiental na contratação	Há prioridade para segmentos da população que estão em situação de maior vulnerabilidade social
GOVERNANÇA	Processo decisório	Não há mecanismos institucionais para participação coletiva	Há mecanismos institucionais para participação coletiva das comunidades com as quais o empreendimento atua
SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA	Distribuição de lucro	Distribuição de dividendos	Lucro totalmente investido no empreendimento
	Valor econômico	Todos os recursos são provenientes de vendas de produtos e serviços	O desenvolvimento da atividade principal depende de doações e/ou contribuições institucionais

As dimensões da Figura 1 servem como parâmetros para a compreensão da dinâmica de negócios socioambientais. Por exemplo, um negócio socioambiental que funciona sob uma lógica social não terá interesse na busca de recursos financeiros em fundos de investimento de impacto, dado que seu negócio tem como filosofia a não distribuição de dividendos. Nesse caso, uma melhor estratégia seria captar recursos com grupos de pessoas que acessam plataformas de *crowdfunding* fora do mercado de capitais tradicionais ou empréstimos com taxas de juros variáveis. Já fundos de investimento de impacto que visam negócios socioambientais com maior potencial de escala estariam mais alinhados a empreendimentos socioambientais com a lógica de mercado.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

O estudo caracterizou-se como uma pesquisa descritivo-exploratória que procura identificar as características dos empreendimentos socioambientais na Amazônia e, com base no levantamento, fazer inferências de caminhos para a sua expansão.

A primeira atividade realizada no estudo foi o mapeamento de organizações e iniciativas dinamizadoras de negócios socioambientais na região amazônica no período de 2019 a 2020. Foram identificadas seis de-

las, conforme apresentado na Figura 2. Após a coleta dos dados nos *sites* dessas organizações/iniciativas, foi elaborada uma planilha para inserir os dados disponíveis conforme categorias descritivas: razão social do empreendimento, estado, atividade, fase do negócio, ano de fundação, *site* do negócio, fundador/a, *e-mail* de contato, faturamento, captação de investimentos (quando informado). Com a padronização da base, a segunda etapa envolveu a limpeza e a conciliação dos dados.

Foi possível sistematizar 578 negócios socioambientais, sendo 393 negócios da floresta (nomenclatura utilizada para agrupar empreendimentos criados por comunidades tradicionais, ribeirinhas, indígenas, quilombolas). Os dados foram vinculados à ferramenta de *business intelligence* Power BI⁷, para permitir uma análise descritiva com recortes de: estado, fase do negócio, modelo do negócio, categoria geral e categoria específica, alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e ano de fundação.

Figura 2.

Organizações dinamizadoras de negócios socioambientais na região amazônica

ORGANIZAÇÃO OU INICIATIVA	DESCRIÇÃO
Pipe.Social	Plataforma-vitrine que conecta negócios com investidores, fomentando o ecossistema de impacto no Brasil
Parceiros pela Amazônia (PPA)	Plataforma de ação coletiva liderada pelo setor privado que busca fomentar soluções de desenvolvimento sustentável para a Amazônia, gerando oportunidades para os habitantes da Amazônia
Amaz	Aceleradora de negócios de impacto Amazônia, criada pela plataforma Parceiros pela Amazônia e gerenciada pelo Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (Idesam)
Lab Amazônia, da Climate Ventures	Parceria entre a Climate Ventures e PPA/Idesam que tem como objetivo alavancar os produtos oferecidos pela Amazônia
Conexxus	Organização sem fins lucrativos com foco em aumentar a renda de pequenos produtores e fortalecer a conservação dos ecossistemas de negócios comunitários rurais e florestais, conectando associações, cooperativas e pequenas e médias empresas
Impact Hub Manaus	Organização global que tem como objetivo criar uma comunidade de empreendedores com soluções inovadoras e que implementou uma unidade em Manaus

categoria específica, alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e ano de fundação.

RETRATO DOS EMPREENDIMENTOS

Considerando o quadro analítico referencial do estudo, todos os negócios socioambientais mapeados na pesquisa podem ser entendidos como híbridos nos seus modelos organizacionais, uma vez que tanto a geração de valor socioambiental como o resultado financeiro fazem parte de sua missão, no entanto o grau de hibridismo não é homogêneo. Há predominância de negócios com lógica social estruturados para gerar valor socioambiental para segmentos de população que estão em situação de maior vulnerabilidade, tais como comunidades ribeirinhas, indígenas e pequenos produtores. Os modelos de negócio utilizam mecanismos institucionais para

participação coletiva, com a prevalência de organizações na forma de associação ou cooperativa.

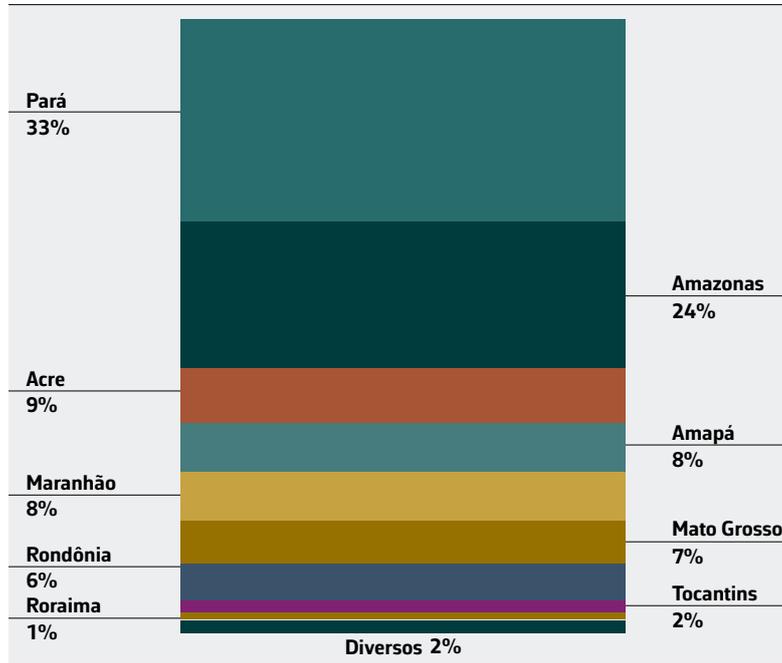
Conforme mostra a Figura 3, os negócios socioambientais aparecem em maior quantidade nos estados com melhor produto interno bruto (PIB), Pará (33%) e Amazonas (24%). É também nesses dois estados que se observaram empreendimentos mais maduros, em fases de desenvolvimento do negócio e em escala. Nos demais estados (Maranhão, Acre, Mato Grosso, Rondônia, Amapá, Roraima e Tocantins), os negócios estão predominantemente em estágio inicial de desenvolvimento, nas fases de ideação e prototipação. Os resultados revelam a fragilidade do ecossistema fomentador de negócios socioambientais, que está mais presente e concentrado em dois estados da região (Pará e Amazonas), propiciando vazios institucionais nos demais.

A maioria dos negócios socioambientais (68%) da Amazônia é formada por empreendimentos comunitários, denominados neste estudo de negócios da floresta. São 393 empreendimentos, divididos em 242 associações, 143 cooperativas, duas centrais de cooperativa e seis outras categorias. Esses empreendimentos também aparecem em maior quantidade nos estados com maior PIB, Pará (28%) e Amazonas (19%). Por causa da forma de organização, 77% deles não possuem funcionários, mas sim cooperados e associados, com 56% da amostra tendo de 21 a 100 associados/cooperados; 17%, de 101 a 200; e 18%, acima de 201. Os setores de atuação mais representativos dessas organizações são extrativismo vegetal, artesanato, agricultura e produção animal.

Em termos temporais, houve crescimento expressivo de empreendimentos socioambientais a partir dos anos 2000 (Figura 4). Em 2006, foram criados 30 empreendimentos socioambientais. Esse aumento pode ser explicado pela atuação de organizações intermediárias sem fins lucrativos na região, as quais têm papel importante no apoio de associações comunitárias e cooperativas, no entanto é possível observar uma redução considerável nos anos seguintes, que pode ser em parte explicada pela instabilidade jurídica e fi-

Figura 3.

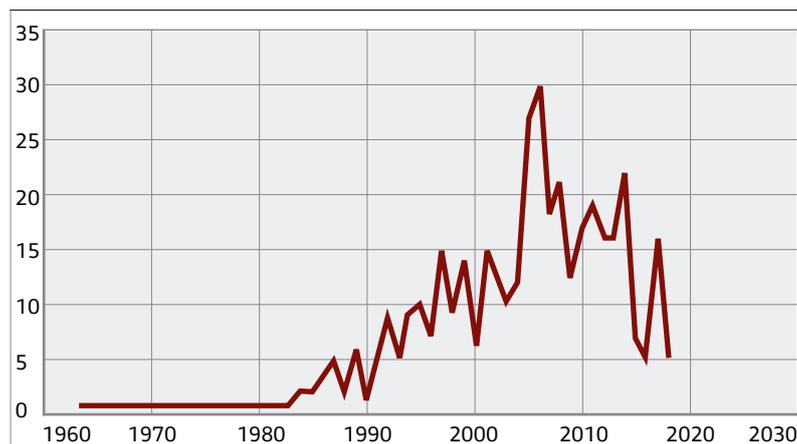
Distribuição dos empreendimentos socioambientais por estado



tes/documentos, é possível depreender sua importante contribuição aos ODS 2, 8, 12 (consumo e produção responsáveis) e 14 (vida na água).

Figura 4.

Empreendimentos socioambientais por ano de fundação



diversas frentes, como venda de produtos alimentícios, restaurantes, casa de eventos e padaria; OKA Juice, para produção de sucos e polpas de sucos sustentáveis com frutas da Amazônia; Amazônia Hub, *marketplace* com foco em levar os produtos de negócios da Amazônia para todo o território brasileiro; e AmanaKatú, que propicia a purificação de água da chuva. Na consulta ao site desses negócios, é possível identificar que todos foram assessorados por universidades e/ou organizações não governamentais sem fins lucrativos, o que permite estabelecer relação direta entre atores que apoiam o ecossistema e a expansão dos empreendimentos socioambientais na Amazônia.

O modelo de vendas dos empreendimentos é diversificado. Dos 185 empreendimentos que detalharam

nanceira que afetou a criação de associações, que é a configuração jurídica predominante na região.

Em relação aos ODS, o estudo constatou que, de 578 empreendimentos socioambientais, 185 (32%) citam os objetivos da Organização das Nações Unidas (ONU) em documentos públicos. A Tabela 1 apresenta a frequência de menção por ODS. Em média, cada empreendimento sinaliza sua contribuição em três ODS, com maior ênfase em consumo e produção responsáveis (66%). Em seguida, destaca-se o alinhamento de empreendimentos com os ODS 8, trabalho decente e crescimento econômico, ODS 11, cidades e comunidades sustentáveis, e ODS 2, fome zero e agricultura sustentável. Faz-se importante salientar que, embora os 393 empreendimentos caracterizados como negócios da floresta não utilizem de forma explícita os ODS em seus *si-*

Ao analisar os produtos e serviços oferecidos pelos 578 empreendimentos, foi possível verificar uma grande variedade de áreas de atuação. Embora exista predominância de iniciativas com foco na agricultura, há inovações sendo geradas em segmentos como turismo, educação, transporte e saneamento básico. Alguns exemplos são: Academia Amazônia, negócio de turismo científico focado em capacitar jovens via expedições pela Amazônia, preparando futuros profissionais para uma atuação sustentável; NavegAM, plataforma de *e-commerce* para a compra de passagem de barcos na região amazônica; Manioca, que busca conectar as pessoas aos sabores da Amazônia, atuando em

Tabela 1.

Negócios socioambientais e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável	Número de empreendimento	%
1. Erradicação da pobreza	27	15
2. Fome zero e agricultura sustentável	61	33
3. Saúde e bem-estar	42	23
4. Educação de qualidade	16	9
5. Igualdade de gênero	15	8
6. Água potável e saneamento	13	7
7. Energia acessível e limpa	11	6
8. Trabalho decente e crescimento econômico	91	49
9. Indústria, inovação e infraestrutura	49	26
10. Redução das desigualdades	32	17
11. Cidades e comunidades sustentáveis	68	37
12. Consumo e produção responsáveis	122	66
13. Ação contra a mudança global do clima	50	27
14. Vida na água	10	5
15. Vida terrestre	13	7
16. Paz, justiça e instituições eficazes	4	2
17. Parcerias e meios de implementação	18	10

Obs.: n = 185 empreendimentos.

venda de alimentos para merenda escolar em escolas públicas.

Considerando que há predomínio de empreendimentos no setor agrícola, é importante que gestores de organizações dinamizadoras de negócios socioambientais ajudem na modelagem de alternativas para expansão de vendas, para que tais organizações não fiquem restritas à comercialização para atravessadores. A pesquisa identificou duas estratégias nessa direção: verticalização da produção e diversificação de portfólio.

Um exemplo de verticalização da produção foi observado na Cacauway, que representa a marca de chocolates da Cooperativa Agroindustrial da Amazônia (Coopatrans). A Cacauway é a primeira fábrica de chocolate da Amazônia, e seu objetivo é ampliar a renda dos cooperados por intermédio do beneficiamento de amêndoas de qualidade. Em termos de diversificação de portfólio, destacamos o caso da Associação de Produtores Rurais de Carauari (Asproc). Criada há 30 anos, a Asproc tem buscado soluções de comercialização sustentável do pirarucu, com aproveitamento integral de todas as partes do peixe. Além do consumo da carne, comercializada fresca, congelada ou salgada, e da cabeça, utilizada no preparo de pratos típicos regionais, os subprodutos podem alcançar elevado valor, como o couro, que tem potencial para abastecer a indústria da moda e compor acabamentos em veículos e aeronaves de luxo.

REFLEXÕES FINAIS

Os negócios socioambientais têm papel importante na superação dos problemas sociais, econômicos, tecnológicos e ambientais na região amazônica, no entanto, para se transformarem em agentes indutores do desenvolvimento sustentável, é necessário que se fortaleçam, respeitando os diferentes formatos jurídicos existentes, empresas, associações ou cooperativas.

O mapeamento realizado no estudo mostrou a fragilidade do ecossistema de negócios socioambientais na Amazônia e a existência de vazios institucionais na maior parte dos estados, pois apenas no Pará e no Amazonas há empreendimentos em estágio de tração e escala. Faz-se necessário fomentar a criação e o fortalecimento de negócios territorialmente.

Também é necessária a consolidação dos modelos de negócios, saindo de um estágio inicial de testes de estratégias. Há risco grande de esses empreendimentos não atingirem a fase de escala se não obtiverem suporte de organizações públicas e privadas que ofereçam capacitação e capital financeiro. É fundamental aumentar o número de aceleradoras que estimulem a criação de empreendimentos socioambientais. Os

seus modelos de negócios, 35% funcionam somente na lógica de vendas diretas aos consumidores (B2C), 16% estão inseridos na cadeia de valor de outras empresas (B2B) e 6% atuam por *marketplaces*. Os demais combinam diferentemente esses três canais, além de vendas ao governo. Os demais 49% combinam vários canais, ou seja, vendem tanto para consumidores como para empresas ou utilizam *marketplaces*, os quais revendem para consumidores – chamamos esta última de B2B2C. Há também empreendimentos que vendem para o governo.

Não foi possível obter detalhes da forma de operação de 393 empreendimentos considerados negócios de floresta. No entanto, com as informações disponíveis, é possível inferir que, embora haja maior predominância para o formato B2C, a profissionalização da gestão tem gerado oportunidades para expansão de venda de produtos para empresas e órgãos públicos, como, por exemplo, na

empreendedores revelam dificuldade de obtenção de recursos e mentoria para que o negócio avance da fase de prototipação para a de escala. Além disso, enfatizam os desafios de logística e dificuldade de acesso a mercados para venda de seus produtos.

Diferentes mecanismos financeiros podem ser estruturados para viabilizar capital para empreendimentos socioambientais atuantes na região amazônica, como, por exemplo, pagamento por serviços ambientais em áreas conservadas por pequenos produtores, créditos de carbono, *crowdfunding* e empréstimos com taxas de juros variáveis (*quase-equity*), atrelando o pagamento à *performance* do negócio.

Grandes corporações e organizações podem também ser indutoras de inovações socioambientais na região amazônica e estabelecer parcerias com empreendimentos socioambientais. Existem redes e plataformas de *marketplace* que viabilizam as relações comerciais entre empresas e organizações comunitárias, agregando valor para os dois elos da cadeia. A rede Origens Brasil⁸, por exemplo, promove negócios sustentáveis na Amazônia em áreas prioritárias de conservação, com garantia de origem, transparência, rastreabilidade da cadeia produtiva e comércio ético.

A maior parte dos empreendimentos socioambientais na região amazônica está inserida em cadeias da sociobiodiversidade. Universidades podem contribuir para a expansão de empreendimentos socioambientais não apenas por meio de estudos sobre bioeconomia inclusiva que apresentem soluções para aumentar a competitividade de cadeias produtivas da sociobiodiversidade, mas principalmente pela formação de empreendedores locais que visualizem que o futuro da Amazônia passa pela floresta em pé. É imprescindível fortalecer a economia da floresta, potencializando negócios regenerativos que tenham a capacidade para deter a devastação da região, regenerar áreas desmatadas e fomentar a justiça social.

NOTAS

1. Abramovay, R. (2019). *Amazônia: por uma economia do conhecimento da natureza*. São Paulo: Elefante.
2. Imazon (2022). *Boletim do desmatamento*. Recuperado de <https://imazon.org.br/categorias/boletim-do-desmatamento>
3. Concertação Amazônia (2022). *Uma análise de indicadores PNAD Contínua de 2020 e 2021*. Recuperado de <https://concertacaoamazonia.com.br/estudos/pnad-continua-impactos-da-pandemia-na-amazonia-legal>
4. Nobre, C. A. (2019). To save Brazil's rainforest, boost its Science. *Nature*, 574(7779), 455. <https://doi.org/10.1038/d41586-019-03169-0>
5. Pipe.Social. *Mapa de negócios de impacto*. Recuperado de <https://pipe.social>
6. Comini, G. M., Fischer, R. M., & D'Amaro, E. Q. (2022). Social business and social innovation: the Brazilian experience. *Innovation & Management Review*, 19(2), 140-155. <https://doi.org/10.1108/INMR-06-2020-0081>
7. Microsoft Power BI. Recuperado de https://bit.ly/microsoft_powerbi
8. Origens do Brasil. Recuperado de <https://www.origensbrasil.org.br>