

E&N

ECONOMIA & NEGÓCIOS

'Vem pensar com a gente'

'Estadão' muda posicionamento de sua marca.
Pág. B8

Tempos de quarentena

Áudio pelo WhatsApp é alvo de amor e ódio.
Pág. B10



Baseadas em ativos da floresta, startups da Amazônia impulsionam a bioeconomia

Negócios unem biodiversidade, sustentabilidade e tecnologia para aumentar o valor dos produtos e beneficiar as populações locais

Cláudia Silva
Giovana Garard

O universo de startups que está nascendo na Amazônia com foco em atividades sustentáveis pode ser exemplo para fomentar a bioeconomia que governos, grupos empresariais, investidores e ambientalistas buscam para desenvolver a região e gerar renda para a população sem derrubar ou queimar a floresta. Baseadas em produtos e projetos locais, que vão de açaí a cosméticos, pequenos negócios inovadores começam a transformar o cenário regional (veja mais nesta página).

A economia verde, ou de baixo carbono, deve ajudar a Região Amazônica – que representa cerca de 60% do território brasileiro – a dar um salto em sua participação no Produto Interno Bruto (PIB), hoje de ape-

nas 8%, segundo avaliação de especialistas no tema.

O caminho trilhado por um número crescente de startups amazônicas para essa nova economia envolve comunidades ribeirinhas, indígenas, quilombolas e agricultores familiares. A lógica está em aplicar ciência e tecnologia a dezenas de ativos da região, desde o início da cadeia de produção, para aumentar o valor dos produtos e beneficiar as populações locais.

Fabricante de cosméticos com óleos extraídos de plantas da região, a startup Biozer se prepara para exportar seus produtos aos EUA, Emirados Árabes e Europa. Já o Café Agroflorestal de Apuí usa grãos de plantações em áreas sombreadas pela floresta e será enviado para Alemanha. Os chocolates da De Mendes são feitos com cacau nativo colhido por ribeirinhos e índios chegam a consumidores de vários Estados e

também do exterior.

"Não tem como manter a floresta de pé sem gerar renda para a população local", afirma Mariano Cenamo, engenheiro florestal e diretor de Novos Negócios do Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (IdeSAM), que promove programas de aceleração de negócios de impacto.

Potencial. Dono da maior biodiversidade vegetal do mundo, o Brasil possui cerca de 50 mil espécies de plantas, das quais pelo menos 20 mil endêmicas – que ocorrem somente no País. Embora todos os biomas nacionais tenham capacidade de desenvolver uma economia baseada na biodiversidade, é a região da Amazônia que oferece as condições para investimentos imediatos.

Estudo feito pelo WRI Brasil, lançado na semana passada, com base em dados do Censo

Agropecuário do IBGE, mostra que 74% das atividades extrativistas não exaustivas (com sementes, folhas, frutos, óleos, sem levar à derrubada da árvore) estão na Amazônia.

Idealizador do projeto Amazônia 4.0, o pesquisador Carlos Nobre, do Instituto de Estudos Avançados da USP, diz que o conceito de bioeconomia visa a promover sistemas de produção baseados no uso e na conservação dos recursos biológicos da floresta em pé. Segundo ele, atividades extrativistas realizadas na região, apesar da pequena escala, já são mais lucrativas do que desmatar. O valor anual da produção de carne e soja, por exemplo, é de R\$ 604 por hectare; no caso do açaí, cacau e castanha, chega a R\$ 12,3 mil.

Especialista do WRI no tema, o economista e biólogo Rafael Feltran-Barbieri vai na mesma linha e calcula que o extrativis-

mo não exaustivo é particularmente rentável para os pequenos proprietários. "Para as pequenas propriedades, os produtos nativos cultivados trazem renda média de R\$ 3,100 por hectare ao ano. Quem faz rotação de soja e milho, tira cerca de R\$ 1,762/ha/ano. Já a pecuária de corte, rende apenas R\$ 1,250/ha/ano", afirma.

"Mas a exploração de produtos in natura é só a ponta do iceberg para a bioeconomia. Há uma grande diversidade de substâncias que podem ser produzidas em escala", diz.

Para Carlos Nobre, para isso vingar como uma alternativa econômica é preciso investir em uma bioindustrialização local, que possa beneficiar os produtos, gerando mais renda e empregos (ver mais na pág. B3).

Para o economista José Roberto Mendonça de Barros, há aí uma enorme oportunidade.

"Com pesquisa, que foi justamente o que transformou o agronegócio brasileiro, é sim possível desenvolver esses projetos e ganhar escala", afirma. O caminho, segundo ele, passa pela transformação de matérias-primas em novos materiais e pelo pagamento por serviços ambientais, como dar a proprietários de terra uma renda para preservar uma nascente.

Mendonça de Barros ressalta que a pandemia acentuou a tendência de que a sustentabilidade é indispensável. "Ganha força a ideia de que é possível transformar partes do sistema de produção em direção a sustentabilidade. E isso vai entrar na experiência das grandes empresas."

'Bioeconomia precisa se industrializar', diz cientista
Pág. B3

PROJETOS E SEUS RESULTADOS

Daniel Pinheiro,
um dos fundadores da Biozer

'Queremos ter itens premium'

Cosméticos 100% naturais produzidos em Manaus (AM) começam a ser exportados para EUA, Dubai e Europa ainda este ano. Os embarques só não ocorreram ainda porque a pandemia atrapalhou os planos da startup Biozer, que usa óleos extraídos de árvores e plantas da Amazônia na produção de óleos fitoterápicos, cremes e, em breve, gel, espuma para limpeza facial e suplemento alimentar de frutas da região – todos com a marca Simbioze Amazônica, criada pela empresa.

Após passar por um processo de aceleração, a startup foi criada há três anos por Daniel Pinheiro, de 26 anos, formado em biotecnologia, em parceria com o administrador gaúcho Domingos Amaral, de 53 anos, que buscava um projeto para investir. "Queremos levar produtos premium para o Brasil e o mundo com o mesmo óleo que o caboclo e o índio usam há centenas de anos, sem nenhum aditivo", diz Amaral. São produtos com andiroba, breu branco, castanha, copaíba, pataúá, praca-xi, pripiroica, argila branca, cupuaçu, açaí, guaraná e tucumã.

Os extrativistas que formam os produtos passam por capacitação para garantir o padrão do óleo para a produção. "O preço é o mesmo que pagariamos se o óleo viesse de São Paulo, ou seja, agregamos valor na extração, pois não há atravésadores", diz Amaral.

Hoje, a Biozer funciona no Centro de Inovação e Desenvolvimento Empresarial. Pinheiro informa ter planos para uma fábrica maior, que deve multiplicar por dez a capacidade atual, de 4 mil unidades diárias. O projeto está orçado em R\$ 8 milhões e já há fundos interessados no negócio. C.S.



Sustentável. Catadoras selecionam sementes de amêndoas de tucumã que serão usadas na produção de cosméticos

César de Mendes,
fundador da startup De Mendes

'Mantemos uma relação justa'

Formado em química e com cinco especializações e dois mestradados, César de Mendes desistiu da vida de professor, pesquisador e consultor e foi se dedicar ao cacau e ao chocolate. Acabou se tornando especialista no tema e se deu conta de que, na época, não havia nenhuma fábrica de chocolates de cacau nativo no Pará.

Após uma experiência de produção de chocolates em Belém, na empresa que batizou-se de Amazonas Cacau, mudou-se em 2012 para Colônia Chicano, comunidade de Santa Bárbara onde vivem 500 pessoas. Lá, instalou sua fábrica, e dois anos depois, mudou a razão social para De Mendes e passou por processo de incubação e tornou-se uma startup.

Fez parcerias com vários povos tradicionais da floresta

– quilombolas, ribeirinhos e indígenas – aos quais ensinou a fermentar a polpa com sementes, secar e macerar para obter o pó usado para fazer chocolate. "Mantemos uma relação justa de preço e pago em torno de quatro vezes mais que o mercado", conta o chocolata. Com isso, os povos locais conseguem obter renda sem precisar destruir a floresta. "Quem preserva a Amazônia são os povos originários, que conseguem manejar a floresta sem derrubar, usam de forma sensata, sábia e equilibrada", diz o produtor, que teve seu chocolate premiado em festivais de Paris.

Hoje, a De Mendes recebe cacau de 3,5 mil colhedores da região. A empresa produz nove tipos de chocolate que são vendidos pela internet. Aos 57 anos, Mendes busca parceria e financiamento para ampliar a capacidade de produção, hoje de 600 quilos por mês. C.S.

Ronaldo de Moraes,
produtor de café em Apuí

'Melhorou muita coisa na produção'

Nascido em família de mineiros que cultivava café, Ronaldo Carlos de Moraes migrou há 12 anos para Apuí, cidade com alto índice de desmatamento na Amazônia. Lá, também plantou o grão no modelo convencional, a pleno sol, mas a produtividade era baixa. A situação mudou quando adotou o sistema sombreado, com café conilon, mais rústico que o arábica. Para esse cultivo, ele teve de plantar árvores como as de copaíba e açaí que, além da sombra para o café, geram renda extra com extração de óleo e venda de frutos. "Após a mudança, melhorou tanta coisa que nem sei por onde começar", diz Moraes, de 41 anos. Ele relata alta de até 40% na renda e melhora na saúde após parar de usar agrotóxicos.

Moraes é um dos 45 produ-

tores de Apuí que participam de projeto do Instituto de Conservação e Desenvolvimento da Amazônia (IdeSAM), que introduziu o cultivo de café sombreado na região. Por se tratar de área degradada, foi adotado o sistema agroflorestal, que combina plantio de floresta com agricultura, ajudando a recuperar a parte desmatada.

Hoje, a área tem mais de 40 hectares de café agroflorestal, com certificação orgânica e à venda em vários Estados e prestes a ser exportado com o nome de Café Agroflorestal de Apuí. "Antes a produção era de seis a sete sacas por hectare; após a introdução de técnicas de agricultura sustentável, a média é de 15 sacas", diz Pedro Soares, do IdeSAM. Em 2019 os produtores criaram a startup Amazônia Agroflorestal para captar investimentos e ampliar o negócio. A primeira chamada de captação ocorrerá no fim do ano ou início de 2021. C.S.

Joanna Martins,
sócia da startup Manioca

'Potencial do produto da Amazônia'

Joanna Martins sempre esteve envolvida com os sabores amazônicos, em especial com a culinária paraense, pois passou boa parte da vida vendo a avó, e depois os pais, divulgar pratos típicos da região em um pequeno restaurante da família inaugurado em 1972 em Belém (PA), o Lá em Casa.

Seu pai, Paulo Martins, foi o criador, em 2000, do Festival "Ver o Peso da Cozinha Paraense", que foi realizado anualmente até 2019. "Com o evento, cresceu a procura por ingredientes da cozinha local por chefs de várias partes do Brasil", conta Joanna.

Após se formar em Publicidade em São Paulo, ela retornou a Belém e passou a "enxergar potencial no produto amazônico". Abriu uma loja virtual com produtos da região que não se sustentou. Em 2014, com o sócio Paulo Reis, criou a Manioca.

Hoje, a startup tem linha de produtos naturais (tucupi, farinhas e feijão manteiguinha), geleias de pimenta de cheiro, pripiroica e taperébá, e de temperos (molho de tucupi preto e tucupi temperado), além de doce de cupuaçu, licor de flor de jambu e granola de tapioca, castanha-do-pará, cumaru e cupuaçu. Em breve, vai lançar uma linha de temperos secos e, em 2021, uma de snacks de produtos como mandioca e castanhas, sem aditivos.

A startup se abastece de 45 famílias de pequenos agricultores e fornece produtos para grandes restaurantes de comida brasileira de São Paulo e do Rio, e tem entre seus clientes o chef Alex Atala. Seus produtos estão em redes como Pão de Açúcar e San Marché. Para um cliente nos EUA envia 30 quilos de tucupi a cada três meses. Tem oito funcionários e faturou R\$ 900 mil no ano passado. A Manioca captou R\$ 250 mil em recursos de investimentos de impacto em 2019 e neste ano. C.S.