

A Amazônia é seu negócio?

Demonstrar o valor econômico das florestas manejadas de forma sustentável fora das áreas protegidas tem uma importância chave para defender a Amazônia.

O objetivo deste livro é contribuir para a conservação da Amazônia, compartilhando o conhecimento e as experiências existentes, de formas inovadoras de produzir e inserir no mercado os produtos de consumo de massa (mainstream) que são oriundos desta região, rica em biodiversidade, e que são sustentáveis.

Ministros de países amazônicos, empreendedores, consultores e lideranças de ONGs internacionais participam desta publicação, compartilhando suas visões e experiências com produtos florestais sustentáveis da Amazônia.

VALORES Independentemente de termos ou não essa compreensão, a Amazônia é da conta de todos nós. Para os que moram na própria floresta, ou para os que vivem a léguas de distância, a Amazônia oferece tesouros incalculáveis para toda a humanidade...

A Amazônia é uma das maiores reservas de água doce do planeta.

As florestas tropicais da Amazônia têm um papel importante nas condições climáticas da América do Sul e do mundo; elas criam rios aéreos que trazem a chuva revitalizadora para os campos agrícolas, e armazenam o gás carbônico emitido ao mesmo tempo que o trocam por ar limpo.

A Amazônia é um reservatório colossal de plantas medicinais – e as propriedades curativas de muitas delas ainda estão por ser descobertas. Portanto não é inconcebível

que uma dessas espécies de plantas contenha, por exemplo, a chave para a cura da AIDS.

Mas esses são os benefícios tangíveis da Amazônia. Essa floresta colossal também possui valores intangíveis culturais, sociais e de biodiversidade que não têm preço e são insubstituíveis...

A Amazônia é a terra de centenas de povos indígenas. É uma verdadeira arca do tesouro de biodiversidade, de esplendorosa beleza e fonte de magnífica inspiração. Até agora, os cientistas já classificaram 40.000 espécies de plantas, 1.294 espécies de aves, 427 mamíferos, 378 répteis, 427 anfíbios e pelo menos 3.000 espécies de peixes da Bacia Amazônica.

A Amazônia também nos fornece inúmeros insumos naturais de alta qualidade e produtos com base na biodiversidade.

A primeira geração de bens de consumo de massa com qualidade, sustentáveis e certificados, foi originada na Amazônia: inclui as bebidas energéticas, produtos para lanche e aperitivo, chocolate fino silvestre, molhos para comida, suplementos alimentares, produtos para o cuidado corporal, essências, cosméticos, óleos aromáticos, medicamentos, até mesmo objetos de utilidade para a cozinha, móveis, sapatos e bolsas da moda feitas de borracha. O Ouro Verde, obtido de forma responsável e sustentável nas florestas tropicais da Colômbia, é apenas um exemplo de como os produtos amazônicos estabelecem novos padrões que o resto do mundo irá almejar.

Você vai encontrar todos esses produtos e serviços no livro Amazon Your Business, o primeiro guia internacional de produtos sustentáveis da Amazônia que inclui cada um

de todos os países amazônicos: Brasil, Bolívia, Peru, Equador, Colômbia, Venezuela, Guiana e Suriname.

Antes disso, vamos recuar um passo e olhar para um panorama mais amplo.

‘ÁREAS TAMPÃO’ Salvar as florestas da Amazônia significa, em primeiro lugar, que grandes áreas deveriam estar sob proteção integral, onde é proibida qualquer tipo de atividade econômica moderna. No entanto, as áreas protegidas de uso restrito precisam de ‘áreas tampão’, que funcionem como um paracheque para barrar as atividades humanas invasivas e desreguladas. Portanto, o manejo sustentável e certificado dessas zonas tampão são tão importantes quanto a proteção. Se conseguirmos mudar as cabeças e fazer do manejo florestal sustentável e certificado uma alternativa aceitável, que tenha igual ou – melhor ainda – mais valor do que derrubar florestas e arrancar sua biodiversidade, então é possível que tenhamos êxito em acabar com o desmatamento, dando um passo de cada vez. O manejo florestal sustentável conforme os princípios e critérios do FSC é um dos instrumentos para se conseguir isso.

Proteger as florestas da Amazônia, de um lado, e promover um significativo desenvolvimento econômico sustentável, de outro, significa que a extração não-sustentável de madeira pode e deve deixar o lugar central do palco, onde será substituída pelos produtos de consumo de massa sustentáveis, inovadores, sofisticados e certificados.

Commodities ecológicas, como as grandes extensões naturais, a água e o ar, em geral ainda são consideradas como ‘bens gratuitos’. No entanto, tal noção está mudando. Verifica-se uma tendência onde as várias partes interessadas – como municípios, empresas, governos – vão pagar pelos serviços ecológicos recebidos da natureza. A importância dos principais serviços ecológicos, como o abastecimento de água, ar limpo, a contribuição feita para a estabilização do clima e o estoque sem igual de diversidade biológica e genética é tamanha, que eles simplesmente não têm preço.

No livro Amazon Your Business, as tendências sobre os serviços ecológicos são abordadas por dois consultores,

Michael Jenkins, da ONG Forest Trends, de Washington D.C., e Victor de Lange, da Crem Consultants, em Amsterdã.

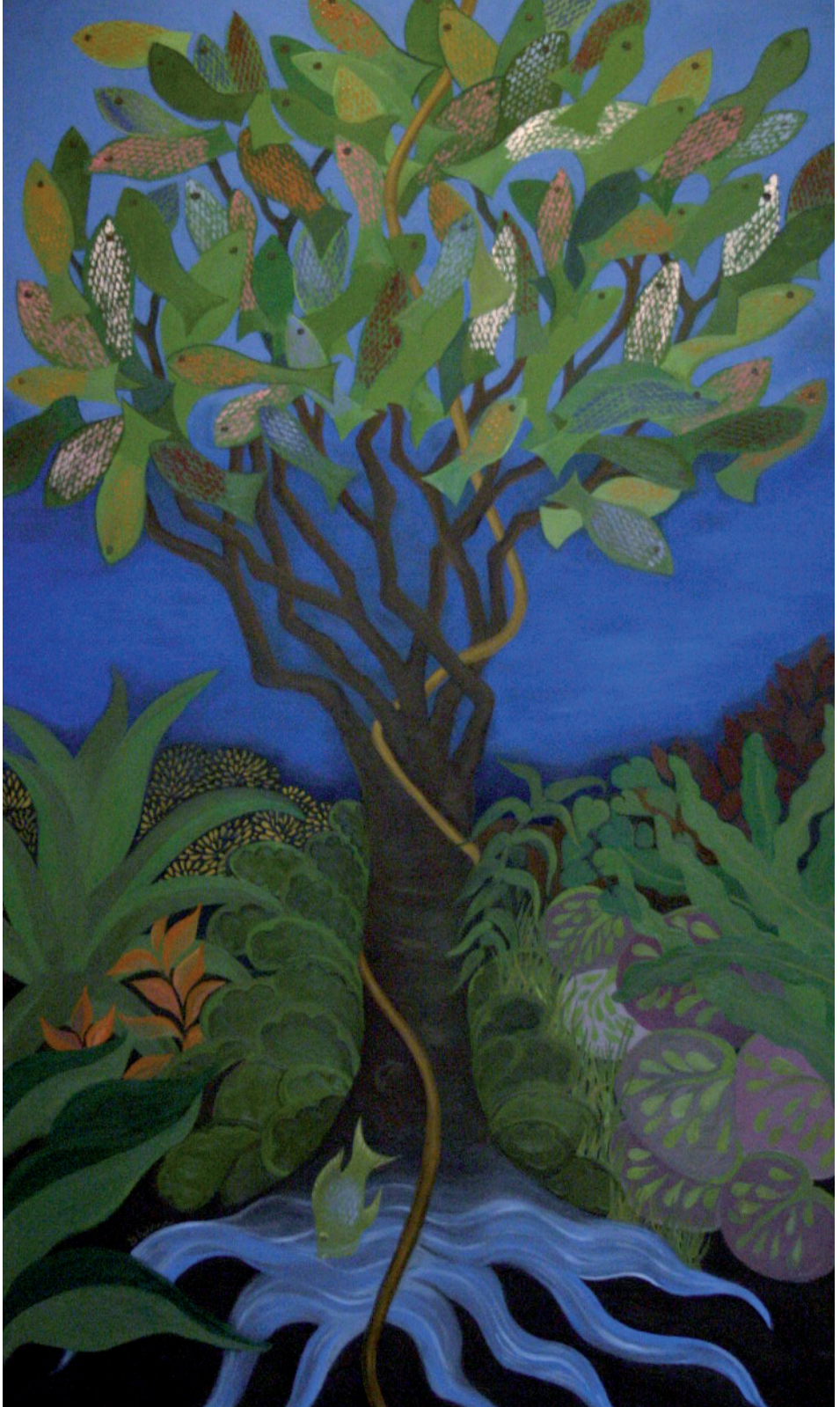
A ministra Marina Silva, do Brasil, a vice-ministra Claudia Mora, da Colômbia, e a ministra Nícia Marina Maldonado, da Venezuela, também examinam essa questão ao contar o que seus países têm a oferecer aos investidores com relação ao manejo florestal sustentável e à produção de produtos florestais sustentáveis.

Amazon Your Business contém entrevistas com pioneiros empreendedores que foram para regiões remotas da Floresta Amazônica e lá começaram um negócio. Entre essas páginas, você encontrará os altos executivos (CEOs) que estão levando companhias multinacionais na direção da inovação em sustentabilidade. Observe também que as definições de sustentabilidade variam de uma pessoa para outra.

Devido à grande variação nas interpretações da noção de ‘sustentabilidade’, é difícil encontrar estatísticas sobre o comércio de produtos sustentáveis. Todos os envolvidos concordam que é preciso uma forma de certificação das atividades para garantir aos clientes que a compra de tais produtos realmente contribui para a conservação da natureza e a redução da pobreza.

Mas também é fato que muitos milhares de pessoas, que dependem dos recursos florestais, já estão se beneficiando do trabalho pioneiro dos empreendedores. Centenas de milhares de hectares da Floresta Amazônica estão sendo gerenciados de forma sustentável com a assistência das comunidades florestais. No Amazon Your Business você terá a oportunidade de ler sobre a conservação ambiental com a inclusão da comunidade no projeto Iwokrama, na Guiana, onde as comunidades conseguiram definir seu próprio destino.

BIOCOMÉRCIO Rik Kutsch Lojenga, da UNCTAD, define a premissa do desenvolvimento de produtos baseados na biodiversidade, que desempenha um papel importante na conservação da natureza e na redução da pobreza. Kutsch Lojenga é um dos arquitetos da União pelo Biocomércio



Shirma Guayasamin
(1957), Quito, Ecuador

Ético (UEBT), que foi lançada em maio de 2007. A UEBT reúne organizações de diversos setores da sociedade mundial que trabalham na área de biodiversidade natural.

Amazon Your Business também leva você até os povos indígenas que habitam a floresta tropical da Colômbia. Essas comunidades se consideram parte integral do seu meio ambiente, contrastando fortemente com a forma pela qual a maior parte do mundo ocidental tende a ver sua interação com o ambiente natural.

As lideranças da Organização do Tratado de Cooperação Amazônica (OTCA), da Both ENDS, Conservation International, Hivos, Pequeno, Solidaridad, WWF e UNCTAD compartilham suas visões da Amazônia e do futuro. Suas visões deixam claro que, na Amazônia e suas extensões ininterruptas, – como em outras partes do mundo – a conservação da natureza, a cooperação para o desenvolvimento, a redução da pobreza, a indústria, e os interesses nacionais e internacionais, tudo está interligado. Local e globalmente.

Um motivo importante para escrever este livro foi trazer o foco para os produtos florestais sustentáveis não-madeireiros da Amazônia. Até agora, a maior parte desses produtos são relativamente desconhecidos fora da Amazônia e as vendas têm se limitado a nichos de mercado. Isso deve mudar, pois esses produtos estão no limiar dos mercados do grande público.

Hoje, as tendências de mercado na Europa e nos Estados Unidos revelam que os consumidores apreciam produtos naturais autênticos; bens e serviços pelos quais eles podem e estão dispostos a pagar mais. A qualidade intangível de um produto adquire mais peso na decisão de compra das pessoas, porque elas valorizam ‘a história por trás do produto’. Na qualidade de consumidores conscientes, eles querem comprar produtos que tiveram pouco impacto no meio ambiente, cujos processos respeitaram os direitos humanos, e que geraram benefícios equitativos para os trabalhadores que se encontram no início da cadeia de produção.

O consultor Jan Oosterwijk oferece uma análise dessa tendência de consumo. Após transformar, juntamente com

Anita e Gordon Roddick, a The Body Shop num ator global, ele adquiriu uma perspicácia única nos negócios. Neste livro, ele fala sobre a fusão das três dimensões de qualidade – funcional, estética e intangível – que irá transformar um produto comum em outro de qualidade superior.

Um número de tendências internacionais significativas são:

- Demanda do consumidor por autenticidade nos produtos que utiliza.
- Maior apelo global para se erradicar a pobreza.
- Mais pressão para se proteja e conserve a natureza.
- Novas preocupações entre as lideranças empresariais sobre a deterioração dos recursos naturais.
- Ênfase crescente na transparência no mundo internacional de negócios.
- Influência cada vez maior das idéias de responsabilidade social corporativa.
- Número crescente de multinacionais e de grandes cadeias de supermercados, como Whole Foods Market e Woolworth, vendem quantidades cada vez maiores de produtos sustentáveis.

CONVITE Amazon Your Business é um convite aos homens e mulheres de negócios, aos investidores, aos políticos, aos funcionários públicos e aos consumidores de todo o mundo para contribuírem na preservação da Floresta Amazônica através de investimentos e comércio, facilitando o acesso ao mercado e comprando produtos sustentáveis, com certificado, da Amazônia.

Meindert Brouwer

Bunnik, Holanda, Junho de 2007