

Empreendedorismo na Amazônia: a utilização de produtos naturais na fabricação de cosméticos.

Rodrigo Fraga Garvão¹
Juliana Souza Farias²

RESUMO

A Amazônia é reconhecidamente a área com maior potencial ecológico do planeta, de acordo com o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA). Investidores nacionais e internacionais, veem aqui um grande potencial de crescimento econômico, pautado na inovação da utilização de recursos naturais nos seguimentos de cosméticos e farmacêuticos. Na atualidade o empreendedorismo está em foco, principalmente por serem os empreendedores responsáveis pela quebra de barreiras econômicas e culturais frente a globalização. A tecnologia da informação é um grande aliado no gerenciamento das empresas atualmente, no entanto, Filho (2010), destaca que as dificuldades das micro e pequenas empresas estão correlacionadas a falta de direcionamento para a utilização dessa nova tecnologia. Em 2007 as vendas de produtos orgânicos ou naturais atingiram um total de US\$ 7 bilhões. Em 2008 o Brasil tornou-se o terceiro país mais influente no mercado mundial de cosméticos, e o maior exportador de matéria prima do mundo. A presente pesquisa é de origem bibliográfica, pois foi realizada através de consultas de materiais disponíveis, com o objetivo de identificar as oportunidades de mercado para os produtos de origem natural. Observou-se que os investimentos em produtos naturais são uma tendência crescente de mercado que proporciona muitas possibilidades de empreendimentos na Amazônia. A pesquisa é relevantemente significativa, por tratar-se não só de uma análise de mercado potencial, mas também de impulsionar o crescimento das empresas que exploram recursos naturais.

Palavras chave: gestão empresarial, ferramentas de gestão, sustentabilidade, nichos de mercado.

INTRODUÇÃO

A Amazônia é reconhecidamente a área com maior potencial ecológico do planeta, de acordo com o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA), está contido nesse universo, metade da biodiversidade do planeta terra. O que atrai os olhares de investidores/exploradores das mais diversas partes do mundo. (REVISTA FÓRUM, 2011)

A análise da biodiversidade que agrega ciência e biotecnologia aos seus produtos é essencial para o desenvolvimento de países como o Brasil, nesse sentido, investidores nacionais e internacionais, veem aqui um grande potencial de crescimento econômico, pautado na inovação da utilização de recursos naturais nos seguimentos de cosméticos e farmacêuticos. (ARAUJO, et al 2010)

A exploração dos recursos naturais da Amazônia também tem sido grande aliada dos moradores das regiões mais afastadas das grandes cidades, a criação de cooperativas de extração desses recursos para transformação em produtos que geram renda as famílias amazonenses. Assim como em outros tipos de empreendimentos, as empresas de pequeno

¹ Mestre em Desenvolvimento urbano na Amazônia, professor efetivo da UFRA – Campus Tome Açu

² Administradora – UFRA Tome Açu.

porte enfrentam dificuldades, uma das maiores está no controle financeiro do investimento. (SEBRAE, 2017,2014)

As micro e pequenas empresas brasileiras tendem a fechar suas portas pela falta de habilidade no gerenciamento, visto que são compostas basicamente por pessoas que não possuem conhecimentos sobre gestão empresarial, logo, não possuem visão ampla de mercado e não são capazes de acompanhar as tendências do mercado consumidor que está cada vez mais exigente e competitivo. (REIS, 2006)

A existência de projetos como o do SEBRAE que viabilizam o aprofundamento de manejo dos insumos e o controle e gestão dos empreendimentos, auxilia o crescimento dos investimentos de pequenos empreendedores, e propicia aprendizagem de técnicas para inserção no mercado, possibilitando estabilização da prática de exploração consciente desses recursos. (SEBRAE, 2017)

O presente estudo busca identificar a existência de sistemas de produção de cosméticos naturais nas pequenas empresas amazonenses, e adequação na nova visão mercadológica mundial de preservação do meio ambiente e as oportunidades de mercado geradas pela inovação dos meios produtivos.

EMPREENDEDORISMO

Para Dornelas (2008) empreendedores são pessoas que reconhecem oportunidades de negócio e que a partir de uma ideia, são capazes de elaborar metas ou criar um negócio que possibilite a geração de renda a partir da visão de empreendimento.

De acordo com o SEBRAE (2014), os principais motivos que levam a abertura de empresas são:

- a. Desejar ter seu próprio negócio;
- b. Identificar oportunidade de negócio;
- c. Exigência de clientes/ fornecedores;
- d. Melhorar de vida (aumentar renda);
- e. Estar desempregado.

E destaca que 69% das pessoas que empreendem, o fazem por identificação de oportunidades de mercado, no entanto, 31% dos empreendimentos são criados através da necessidade de pessoas que se encontram sem fonte de renda.

O empreendedor por oportunidade é aquele que possui planejamento de futuro para a empresa que está abrindo. O empreendedor por necessidade cria negócios informais, sem perspectivas de crescimento, por falta de opção (DOENELAS, 2008)

Na atualidade o empreendedorismo está em foco, principalmente por serem os empreendedores responsáveis pela quebra de barreiras econômicas e culturais frente a globalização, e pela renovação das relações de trabalho. (DORNELAS, 2008)

O empreendedorismo sustentável é pautado na associação dos fatores econômicos, sociais e ambientais, propiciando ampliação da qualidade de vida da sociedade, e restringindo a utilização de recursos naturais. E aproveita-se das exigências da sociedade por sustentabilidade, pra elevar o preço de venda de seus produtos, valendo-se da utilização de fabricação natural, ou pelas práticas de preservação que a empresa promove. (SILVA, et al, 2016)

GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS

As micro e pequenas empresas tem tomado um crescente espaço na economia do país, conquistando usuários pela personalização de produtos e serviços oferecidos, o que faz com que o “antigo” modelo de produzir com base na padronização, seja aos poucos deixado para trás, e abrindo espaço para o surgimento de novos nichos de mercado que atendam as exigências do mercado consumidor. (TACHIZAWA & FARIA, 2007)

Grande parte das pequenas empresas que se formam no Brasil, tem sua origem no desejo do empreendedor de ter o próprio negócio, e na visão de oportunidade de entrada no mercado, em decorrência desse inicio de operações sem o devido planejamento prévio e sem controle de gestão, esses empreendimentos tendem a sofrer com dificuldades para fidelizar clientes, e também com a falta de capital. (SEBRAE, 2014)

Filho (2010), afirma que a tecnologia da informação é um grande aliado no gerenciamento das empresas atualmente, no entanto, destaca que as dificuldades das micro e pequenas empresas estão correlacionadas a falta de direcionamento para a utilização dessa nova tecnologia, corroborando com o fato de que pra que um sistema tenha função efetiva na empresa, é necessário que seja adequado ao seguimento que está utilizando, para que cumpram sua finalidade de auxilio gerencial.

Nos anos 90, as ferramentas de tecnologia gestão integradas responsáveis por controle de produção e financeiros das empresas, começaram a ser utilizadas em larga escala pelas grandes empresas. No princípio a implantação desses instrumentos não se aplicava as empresas de pequeno porte por consequência de seu alto preço. No entanto, em decorrência da saturação do mercado em vista da baixa diversidade de empresas de alto porte, as tecnologias disponíveis foram se adaptando aos novos modelos de negócio, para que essa tecnologia pudesse ser adquirida pelas empresas de menor porte. (MENDES & FILHO, 2012)

A configuração econômica de empresas de pequeno porte provoca a impressão de ser desprovida de capital e crédito, o que a impulsiona estatisticamente a sua extinção. Isso ocorre em vista do baixo faturamento gerado por essas empresas, tendo em vista que a sua produção é geralmente tendenciosa a fixar-se em um ciclo regional. (REIS, 2006)

EXPLORAÇÃO DE RECURSOS NATURAIS

Para Miguel, (2007) o conceito de desenvolvimento sustentável gerou uma expansão nos nichos de mercado, que induzem práticas de cooperação entre produtores locais, pesquisadores, cooperativas e empreendedores para a utilização consciente dos insumos nativos.

O desenvolvimento econômico consciente consiste em utilização de insumos disponíveis para construir oportunidades de negócio para geração de emprego e renda, proporcionando desenvolvimento local sem provocar danos ao meio ambiente, velando pelo bem estar das próximas gerações. (SOUZA, et al, 2012)

A utilização de recursos naturais da floresta amazônica desperta o interesse de grande parte da sociedade, o ato de transformar insumos encontrados em abundância e muitas das vezes sem custo para obtenção, atrai a atenção dos investidores e amplia o portfólio de produtos com origem de produtos nativos produzidos na Amazônia. (MELO, 2011)

O projeto COSMÉTICO DE BASE FLORESTAL DA AMAZÔNIA do SEBRAE, tem sido desenvolvido na região norte do Brasil, e tem como principais objetivos propiciar o desenvolvimento dos empreendedores florestais de forma sustentável. É elaborado através de mapeamento de unidades de produção e estuda cadeias produtivas no intuito de inserir os produtos gerados no mercado consumidor. (SEBRAE, 2017)

Outro projeto de grande relevância para as comunidades produtoras da Amazônia é o Programa Pobreza e Meio Ambiente na Amazônia (POEMA), que em parceria com Núcleo de Meio Ambiente (NUMA) da UFPA, atua apoiando pequenos produtores, oferecendo cursos de aperfeiçoamento, assistência técnica, subsídios e monitoramento os comerciantes (MIGUEL, 2009)

MERCADO DE COSMÉTICOS NATURAIS

Por consequência dos reflexos da devastação acelerada do planeta, a demanda por produtos de origem natural e sustentável tem crescido em larga escala, abrindo cada vez mais portas para as inovações das criações geradas a partir de produtos naturais. (MIGUEL, 2007)

O crescimento do mercado consumidor de produtos naturais é sustentado pela agregação de valores na sociedade contemporânea, que elenca entre suas características a necessidade de bem estar, beleza, saúde e estética provenientes de formulas naturais. Outro fator que corrobora esse crescimento é o aumento do interesse em produtos saudáveis. (MIGUEL, 2011)

De acordo com a Folha de são Paulo (2018), cerca de 2,6 bilhões de pessoas que pertencem a geração nascida a partir de 1999 será a maior parcela consumidora do mundo até 2020, e esse grande grupo consumidor quer prioritariamente cosméticos que não provoquem agressões ao meio ambiente. Essa estimativa, e o crescimento acelerado das vendas, estão impulsionando os investimentos em empresas que produzam produtos provenientes de matéria orgânica.

Em 2007 as vendas de produtos orgânicos ou naturais atingiram um total de US\$ 7 bilhões. Em 2008 o Brasil tornou-se o terceiro país mais influente no mercado mundial de cosméticos, e o maior exportador de matéria prima do mundo. Mesmo que dentro do próprio país esse mercado ainda não esteja sendo amplamente explorado. (NEVES, 2010)

No Brasil, o conceito de produto ecológico ou natural, ainda é visto apenas como produção de artesanatos feitos de forma rustica com matéria prima natural, e por isso o mercado ainda está sendo descoberto com um leque de produtos sustentáveis que não agredem o meio ambiente e economizam recursos. (KLEIN, 2011)

Os cosméticos produzidos a partir de produtos vegetais são identificados como fitocosméticos. A fitocosmética estuda os princípios ativos e as utilidades de estratos vegetais nos empreendimentos de higiene e beleza. Esse tipo de cosmético pode ser classificado em natural, orgânico ou natural e orgânico. Possui preço de custo baixo e alta aceitação no mercado consumidor. (ARAUJO, et al 2010)

Miguel (2011),cita que o potencial econômico de produtos naturais na indústria de cosméticos é acentuado, e se configura em diversos tipos de plantas com propriedades medicinais, extratos vegetais, extração de propriedades como corantes naturais, frutas, óleos essenciais e resinas. Complementa ainda, dizendo que as plantas medicinais são utilizadas para tratamentos e produção de medicações fitoterápicas, e ainda possuem aplicabilidade na produção cosmética.

Mercado de cosméticos naturais na Amazônia

O histórico de exploração da Amazônia foi por muito tempo predominante pelo ciclo da borracha, e pelas demarcações de terra, e os efeitos gerados por essa utilização descomedida ainda podem ser vistos. (KLEIN, 2011)

A economia da Amazônia está sendo explorada por novos segmentos mercadológicos, as bioindústrias realizam processamento de insumos e matérias primas para a fabricação de bioprodutos cosméticos. Essas atividades são capazes de promover ampliação de produções regionais. (MIGUEL, 2007)

Os óleos essenciais são um dos produtos mais prestigiados. São utilizados principalmente em produtos de perfumaria, por terem excelente fixação e aromas marcantes. (MIGUEL, 2011).

A Amazônia conta com uma vasta variedade de espécies que produzem óleos essenciais, como o óleo-resina de copaíba, óleo essencial de pau-rosa e sementes de cumaru, esses insumos são matéria prima na indústria para fabricação de cosméticos de beleza e fitoterápicos. (MIGUEL, 2007)

A cadeia produtiva de cosméticos está impulsionando um conjunto de sistemas e atores no processo de produção e comercialização, com a agregação de produtores familiares, cooperativas, micro e pequenas empresas, e instituições de pesquisa, pois agregam esse conjunto desde os catadores de insumos até os consumidores do produto final. (MIGUEL, 2007)

METODOLOGIA

A presente pesquisa é de origem bibliográfica, pois foi realizada através de consultas de materiais disponíveis, com o objetivo de identificar as oportunidades de mercado para os produtos de origem natural.

CONCLUSÃO

Observou-se que os investimentos em produtos naturais são uma tendência crescente de mercado que proporciona muitas possibilidades de empreendimentos na Amazônia, haja

vista ser uma localidade rica em diversidade de matéria prima disponível para fabricação desses itens.

Nesse sentido, constata-se que as pequenas empresas que já existem, tendem a ampliar seu portfólio e buscar qualificação para gerenciar seus empreendimentos de forma satisfatória.

A pesquisa é relevantemente significativa, por tratar-se não só de uma análise de mercado potencial, mas também de impulsionar o crescimento das empresas que exploram recursos naturais, auxiliando no controle empresarial e por consequência, contribuindo para a preservação do meio ambiente para propiciar bem estar para essa, e para as futuras gerações.

REFERENCIAS

- Amazônia: o alvo da maior cobiça do mundo.** Internet: Revista Fórum, 15 out. 2011. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/amazonia-o-alvo-da-maior-cobica-do-mundo/>>. Acesso em: 12 jan. 2019.
- ARAUJO, A. I. F; et al. **Plantas nativas do Brasil empregadas em fitocosmética** . X JORNADA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO. Recife. 2010
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2008.
- Estruturante cosméticos de base florestal da amazônia.** Internet: SEBRAE. 03 ago. 2017. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/estruturante-cosmeticos-de-base-florestal-daamazonia,6d55c1878f511510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 12 jan. 2019.
- KLEIN, C.P. Mercado verde: as empresas de cosméticos Amazônicos. Universidade de Brasília. 2011.
- MELO; L. F. **Alternativa de renda para população no interior da amazônia**. V jornada internacional de politicas publicas.- UFM São Luís. 2011.
- MENDES, J. V; FILHO, E. E. **Sistemas integrados de gestão ERP em pequenas empresas: um confronto entre o referencial teórico e a prática empresarial**. Gestão e Produção. V.9. P.277-296. 2002.
- Mercado de cosméticos naturais cresce com millenials:** Ingredientes e boas práticas são diferenciais para os consumidores mais jovens. Internet . Folha de são Paulo. 31 jul. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/mercado-de-cosmeticos-naturais-cresce-com-millenials.shtml>>. Acesso em: 12 jan. 2019.
- MIGUEL, L M. **Uso sustentável da biodiversidade na Amazônia brasileira:** experiências atuais e perspectivas das bioindústrias de cosméticos e fitoterápicos. USP. São Paulo. 2007.
- MIGUEL, L. M. **Experiências sobre a Utilização da Biodiversidade: as bioindústrias de cosméticos na Amazônia brasileira**. FAFESP. São Paulo. 2009.
- MIGUEL, L.M. **Tendências do uso de produtos naturais nas industrias de cosméticos da França**. Revista Geográfica da América Central. 2011.
- NEVES, K. **Beleza Ecologicamente Correta**. São Paulo: Cosmetics & Toiletries. 2010.
- REIS; Z. R. **Micro e pequenas empresas:** a importância de aprender a empreender. Fundação getulio vargas. Rio de Janeiro. 2006.
- SEBRAE-SP. Causa Mortis:** O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida. FIPE. São Paulo. 2014.
- SILVA, L. M. S. et al. **Inter-relação entre empreendedorismo sustentável e a base da pirâmide:** estudo de caso na região amazônica. RACEF. Ribeirão Preto. 2016

SOUZA, P. A. R. **Empreendedorismo e desenvolvimento local: o caso da produção de biojóias na amazônia**. UFAM. 2012.

TACHIZAWA, T; FARIA. M. S. **Criação de novos negócios: Gestão de micro e pequenas empresas**. Editora FGV. 2007.

ABSTRACT

The Amazon is recognized as the area with the greatest ecological potential of the planet, according to the National Institute of Amazonian Research (INPA). National and international investors, see here a great potential of economic growth, based on the innovation of the use of natural resources in the followings of cosmetics and pharmacists. At present, entrepreneurship is in focus, mainly because entrepreneurs are responsible for breaking down economic and cultural barriers to globalization. Information technology is a great ally in the management of companies today, however, Filho (2010), it emphasizes that the difficulties of micro and small companies are correlated to the lack of direction for the use of this new technology. In 2007 sales of organic or natural products totaled US \$ 7 million. In 2008 Brazil became the third most influential country in the world cosmetics market, and the largest exporter of raw material in the world. The present research is of bibliographic origin, since it was carried out through consultations of available materials, with the objective of identifying the market opportunities for products of natural origin. It was observed that investments in natural products are a growing market trend that provides many possibilities for entrepreneurship in the Amazon. The survey is relevant because it is not only a potential market analysis, but also to boost the growth of companies that exploit natural resources.

Key words: business management, management tools, sustainability, market niches.

Recebido em 05/04/2019

Aprovado em 20/07/2019