

Denominação de origem amazônica

02/01/2022

*Por Salo Coslovsky, Roberto Smeraldi e Manuele Lima**

No mundo dos negócios, conta-se com a existência de uma economia de escala: ao aumentar a produção, o custo unitário tende a diminuir. A Amazônia — com sua diversidade e complexidade — costuma desafiar convenções e convicções. Acabamos de descobrir mais algumas.

Recentemente, muitos pequenos empreendedores que ali se dedicam às cadeias da comida saíram da costumeira luta pela sobrevivência de seus negócios e ganharam um inusitado otimismo. Algo que une a garotada de inovadoras startups a empresas familiares tradicionais, cooperativas de ex-colonos a jovens chefs que viraram embaixadores de seus rios e matas. Esse dinamismo faz vislumbrar a possibilidade de se desenvolverem na região verdadeiros “territórios da comida”.

Porém uma ironia peculiar acompanha esse clima de relativo sucesso: os custos de operação, em vez de diminuir com a maior escala de produção, tendem a aumentar. É o que chamamos de “deseconomia de escala”, um conceito tão conhecido — nos negócios — quanto o tucupi preto dos índios nas prateleiras dos supermercados.

Essa limitação não tira o sono dos pequenos empreendedores, muitos dos quais até poderiam tranquilamente seguir pequenos. Mas prepara o terreno para repetir uma sina que a Amazônia conhece bem, desde a era pombalina no século XVIII. Das drogas do sertão à borracha, da mandioca ao cacau, logo que o mundo começa a apreciar algo da região, o produto acaba sendo provido, de forma mais barata, por outras regiões, países ou continentes.

O otimismo individual dos empreendedores se transforma, assim, em preocupação, sob o prisma do desenvolvimento regional. Porque o mesmo processo começou a acontecer — ou está próximo de começar — a respeito de

açai, pirarucu e mil iguarias que encantam cozinheiros, comerciantes e consumidores.

Descobrimos também algumas das razões por que existe a deseconomia de escala: falta de pessoal treinado para as atividades das cadeias da comida, de arranjos e conhecimento para produção e processamento padronizados, de reputação por meio de indicações geográficas de origem, de promoção comercial coletiva... aqueles recursos que empreendedores de outros locais costumam gerar por meio de associações comerciais ou receber dos poderes públicos, os apelidamos de Recursos Compartilhados Setoriais (ReCS), pois não beneficiam um empreendedor, e sim setores.

Se as instituições locais não primam por eficiência, e as nacionais pouco olham para a Amazônia, uma receita para superar a falta dos ReCS é colaborar entre competidores em prol do interesse comum. Haverá tempo para disputar espaço quando os mercados estiverem fortalecidos. Chamamos isso de Arranjos Pré-Competitivos (APCs).

O fato de a geração saúde de Ipanema — ou da Califórnia — ter ficado de amores com o açai não é, portanto, uma boa notícia em si para a Amazônia. Nem para a proteção da biodiversidade e a mitigação da mudança climática. A boa notícia virá quando os produtores de Marajó ou os do Solimões conseguirem reconhecimento dos mercados para seus respectivos açais, que, aliás, são espécies diferentes: *Euterpe oleracea* e *Euterpe precatoria*.

Não basta ter 140 variedades de mandioca, 90 de pimenta ou 2.200 de cacau. Para transformar o otimismo dos pequenos empreendedores amazônicos em desenvolvimento, é preciso formar territórios e reconhecê-los por suas marcas. Por exemplo, lançando um grande concurso: qual é sua farinha preferida? A paraense de Bragança, a amazonense de Uarini ou a acriana de Cruzeiro do Sul?

****Autores do estudo “Amazônia: territórios da comida”, para o projeto Amazônia 2030***

<https://blogs.oglobo.globo.com/opiniaopost/denominacao-de-origem-amazonica.html>