



**mercado
livre**

Biomass a um Clique:

Impulsionando a sociobioeconomia
na América Latina



Foto: Valéria Mourão, Deveras Amazônia.

Apresentação

Nas regiões que abrigam a maior biodiversidade da América Latina, milhares de pequenos produtores, associações, cooperativas e PMEs contribuem para a preservação dos ecossistemas por meio da produção sustentável de produtos únicos em cores, sabores e histórias. São alimentos, cosméticos, artesanatos, itens de moda e decoração, que geram renda para milhares de famílias enquanto contribuem para manter a floresta em pé.

Conciliando saberes tradicionais, ciência, design e tecnologia, a América Latina tem condições únicas para liderar a transição rumo a modelos econômicos mais justos, regenerativos e de baixo carbono, impulsionando as soluções baseadas na natureza para enfrentar os desafios climáticos globais.

Essa transformação pode ganhar força à medida que a região avança na superação de desafios estruturais — como infraestrutura limitada, desigualdade de acesso a tecnologias e crédito, e lacunas de formação empreendedora. Com o fortalecimento desses pilares e a maior valorização dos produtos da sociobiodiversidade, o potencial de impactos socioambientais positivos tende a se multiplicar.

Guiado pelo propósito de democratizar o comércio e os serviços financeiros, o Mercado Livre aposta, desde a sua fundação, no empreendedorismo como um motor essencial para o desenvolvimento socioeconômico. Além do maior e-commerce da América Latina, nosso ecossistema inclui o Mercado Pago, que disponibiliza produtos e serviços financeiros simples e acessíveis, e o Mercado Envios, serviço de entregas que movimenta anualmente mais de 1 bilhão de pacotes, 70% deles com entregas que chegam em menos de 48 horas.

Assim, reduzimos as distâncias geográficas, fomentando a inclusão digital e financeira, e impulsionando o crescimento de pequenos e médios negócios: em 2024, 5,8 milhões de empreendedores e PMEs utilizaram o Mercado Livre e o Mercado Pago no Brasil, México e Argentina. Entre as PMEs brasileiras que operam em nosso marketplace, 59% têm as vendas geradas por meio do Mercado Livre como sua principal fonte de renda e 67% acessaram seu primeiro crédito por meio do Mercado Pago.

A partir dessa estrutura e de toda a experiência acumulada ao longo de 25 anos de história, desde 2020 desenvolvemos um programa pioneiro de apoio aos negócios da sociobioeconomia: o Biomás a um Clique. Por meio dessa iniciativa, impulsionamos a comercialização de produtos da sociobiodiversidade: só no Brasil, 341 empreendimentos já movimentaram R\$ 17,7 milhões, venderam mais de 123 mil produtos e beneficiaram mais de 47 mil produtores¹. Desses, mais de 50% nunca haviam vendido em um marketplace e mais de 30% nunca haviam vendido em canais online.

Neste material, detalhamos o que fizemos para chegar a esses resultados, sistematizando os aprendizados e os desafios que ainda persistem. Acreditando no poder transformador do trabalho coletivo, almejamos, por meio deste documento, inspirar e apoiar outros atores do setor a colaborar e construir, em conjunto, caminhos para ampliar e fortalecer esse movimento.

¹Dados acumulados de 2019 a julho de 2025.

Bioeconomia: potencial e desafios

Enraizada em conhecimentos e práticas ancestrais, a bioeconomia é uma resposta estratégica para alguns dos principais desafios enfrentados pela humanidade, entre eles as mudanças climáticas, a perda acelerada de biodiversidade, o esgotamento dos recursos naturais e a necessidade urgente de padrões mais sustentáveis e inclusivos de produção e consumo.

Embora a definição de bioeconomia varie, o Painel Científico para a Amazônia utilizou o termo “sociobioeconomia” para descrever as “atividades que mantêm a diversidade cultural e as paisagens produtivas, conservadas e multifuncionais, ao mesmo tempo que promovem valor econômico e social adicionado à biodiversidade e agrobiodiversidade” – o que inclui a conservação e restauração de ecossistemas, bem como a produção diversificada de plantas nativas, medicamentos e peixes².

Hoje, o setor é considerado vital para o equilíbrio climático e ecológico global, bem como uma alternativa para a criação de empregos, a diversificação econômica e a geração de renda em regiões ricas em biodiversidade como a Amazônia brasileira, onde vivem quase 28 milhões de pessoas³. Em 2019, as atividades ligadas à cadeia de

valor de 30 produtos da bioeconomia geraram US\$1,4 bilhão e empregaram 224.600 trabalhadores na região. Estima-se que, com investimentos em sociobioeconomias, o Brasil poderia gerar US\$8,2 bilhões anuais até 2050. Globalmente, um relatório do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD, na sigla em inglês) aponta um potencial de US\$7,7 trilhões em negócios no setor até 2030⁴.

Essa perspectiva tem atraído o olhar de governos, bancos de desenvolvimento e dos setores públicos e privados. Em nível regional, encontros inéditos como a Cúpula Amazônica e a Conferência Pan-Amazônica pela Bioeconomia, realizadas em 2023, e a articulação da Rede Larino-Americana de Bioeconomia, já sinalizam um consenso emergente sobre a relevância do tema na América Latina. O Brasil se destaca com a criação da Secretaria Nacional de Bioeconomia (2023), da Estratégia Nacional de Bioeconomia e de uma Comissão dedicada (2024). O país também lançou o programa **Eco Invest**, voltado à mobilização do capital privado externo para a transformação ecológica, e levou a pauta à arena internacional com a Iniciativa G20 sobre Bioeconomia (2024)⁵.

² [Policy Brief: Apoiando sociobioeconomias de saudáveis florestas em pé e rios fluindo na Amazônia](#), Science Panel for the Amazon, 2023.

³ [Amazônia Legal em Dados](#).

⁴ [A business opportunity contributing to a sustainable world](#), WBCSD, 2020.

⁵ [Secretaria Nacional de Bioeconomia](#), Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA). [Governo federal cria Estratégia Nacional de Bioeconomia](#). MMA, 2024. [Iniciativa Bioeconomia do G20: Encontro entre o conhecimento e a natureza](#). G20 Brasil, 2024.

Somados a mecanismos financeiros inovadores — como biodiversity bonds e pagamentos por serviços ambientais —, esses esforços fortalecem as condições para que a região lidere soluções que conciliem prosperidade compartilhada, conservação ambiental e justiça social.

Fomentar essas cadeias de valor pode gerar diversos benefícios sistêmicos:

- ▶ **Criação de empregos e oportunidades econômicas:** setores como a agricultura familiar, a produção de biomateriais e bioenergia, o turismo e os negócios da economia criativa, entre outros, podem se beneficiar.
- ▶ **Mitigação das mudanças climáticas:** reduz emissões de gases de efeito estufa ao criar novas fontes de renda que valorizam a floresta em pé, além de substituir produtos e processos baseados em combustíveis fósseis por alternativas renováveis.
- ▶ **Segurança alimentar:** otimiza o uso da terra, aliando preservação à produção agrícola e desenvolvendo novas formas de produção de alimentos.
- ▶ **Inovação e competitividade:** ao aliar conhecimentos ancestrais à ciência, impulsiona a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias e produtos, aumentando a competitividade de empresas e países.
- ▶ **Circularidade:** impulsiona processos produtivos que fecham ciclos de produção e consumo, reduzem resíduos e utilizam recursos naturais de forma eficiente.



Embora o fortalecimento da sociobioeconomia na Amazônia seja essencial para promover modelos de desenvolvimento compatíveis com a preservação ambiental, o setor ainda enfrenta uma série de desafios estruturais e operacionais. Estudos realizados pelo BID⁶ e pelo Idesam⁷ mapearam alguns deles:

- ▶ **Acesso a financiamento:** há uma escassez de recursos financeiros dedicados à pesquisa e ao desenvolvimento da cadeia de valor, que poderiam viabilizar a adoção de tecnologias inovadoras e a implementação de métodos de processamento aprimorados que agreguem valor aos produtos.
- ▶ **Desafios logísticos e de infraestrutura:** operar na região envolve acessar comunidades remotas. Além das longas distâncias a serem percorridas para o escoamento da produção, a precariedade da infraestrutura – incluindo eletricidade, internet e meios de transporte – eleva os custos de transporte, armazenamento e operação (“Custo Amazônico”), dificultando a competitividade de empreendimentos locais.
- ▶ **Escassez generalizada de força de trabalho qualificada e assistência técnica limitada:** falta de capital humano com os conhecimentos técnicos e gerenciais necessários para a condução dos negócios da

sociobioeconomia; pouco acesso a ferramentas digitais, dificultando a inserção no comércio eletrônico, e o uso de sistemas de gestão de negócios e estratégias de marketing que aumentam a eficiência e visibilidade no mercado.

- ▶ **Pouca integração entre conhecimentos, projetos e atores sociais:** a escassez de espaços de articulação gera investimentos fragmentados e ineficientes, além de dificultar a escala dos bionegócios. A diversidade territorial e produtiva da região demanda soluções customizadas, mas o alto custo de adaptação e as barreiras na governança local dificultam o compartilhamento de recursos. Há, ainda, uma lacuna crítica na relação entre indústria e os demais setores da sociobioeconomia.

Alguns caminhos para superar esses desafios – como melhorar a eficiência das operações logísticas, investir em capacitação para gestão de negócios e oferecer apoio na formulação de estratégias comerciais – passam por ampliar o acesso a soluções já disponíveis no setor privado e em organizações que atuam no fomento da sociobioeconomia. O Mercado Livre tem dado a sua contribuição aportando soluções logísticas, benefícios comerciais, capacitação e visibilidade para ampliar o acesso de empreendedores locais ao mercado.

⁶ [Re-imagining bioeconomy for Amazonia](#). Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2024.

⁷ [ESPECIAL IDESAM | BIOHUBS: Avanço da bioeconomia requer integração em rede](#). Idesam, 2025.

Biomass a um Clique: a sociobioeconomia chegando mais longe com a economia digital

Pioneiro na América Latina, o Biomass a um Clique mobiliza o ecossistema de soluções do Mercado Livre – marketplace, logística e fintech – para destravar as barreiras que os negócios da sociobioeconomia enfrentam, especialmente na Amazônia. O programa conecta comunidades tradicionais, cooperativas e pequenos empreendedores ao mercado nacional, oferecendo capacitação estratégica, apoio logístico, descontos ou isenção em taxas e visibilidade comercial.

Os produtos dos oito biomas contemplados pelo programa integram uma seção dedicada no marketplace da Argentina, Brasil e México. São cosméticos, artesanatos e alimentos como o molho de pimenta assisi, preparado pelas mulheres da etnia Waiwai, o café agroflorestal, cultivado no sul do Amazonas, e os chocolates feitos com cacau selvagem

colhido por comunidades ribeirinhas, entre outras opções que hoje podem chegar até a porta dos consumidores de todo o país em até 48h.

Assim, o maior e-commerce da América Latina impulsiona as cadeias produtivas sustentáveis, gerando renda e valorizando os saberes locais, ao mesmo tempo que atende à crescente demanda de consumidores por produtos com impactos sociais e ambientais positivos. Ao multiplicar os efeitos transformadores de seu ecossistema, o Mercado Livre contribui para a democratização do comércio e dos serviços financeiros, equaliza oportunidades de acesso ao mercado e reduz distâncias geográficas, transformando a conservação ambiental em vetor de inovação e oportunidades econômicas.

Reconhecimentos



Responsible Business Awards 2023, organizado pela Thomson Reuters, na categoria Biodiversity Champion Award



Prêmio ECO 2023 da Câmara Americana de Comércio - Amcham Brasil







O caminho para o futuro passa por aliar desenvolvimento econômico à conservação ambiental e à justiça social, fortalecendo a sociobioeconomia. Assim, poderemos criar empregos e oportunidades, além de aumentar a nossa competitividade em setores essenciais para a economia global.”

Laura Motta, gerente sênior
de Sustentabilidade do
Mercado Livre no Brasil.



Não tenho dúvida de que o Mercado Livre é um dos mais relevantes parceiros para o setor da bioeconomia e da economia da floresta em pé, desde que esse tema passou a receber atenção organizada, a partir de 2019. Resultados concretos já podem ser observados, frutos dos programas de apoio e das soluções que o Mercado Livre oferece. Não seria exagero dizer que a própria ASSO BIO é também resultado do esforço do Mercado Livre para viabilizar a economia da floresta em pé na Amazônia.”

Paulo Reis, presidente da Associação dos
Negócios da Sociobioeconomia
da Amazônia (ASSO BIO).





Foto: Negócio: Taberna da Amazônia - Empreendedora: Anne Karoline Mello

Um movimento em constante expansão

Para seguir crescendo no Brasil, novos integrantes do Biomás a um Clique são selecionados anualmente por meio de um processo que conta com parceiros técnicos e estratégicos (veja quais são na [pág. 32](#)), todos referência em bioeconomia no país. A aliança com esses players do mercado otimiza os esforços para garantir a rastreabilidade, a produção sustentável, a comercialização ética dos produtos da região e, também, a visibilidade da iniciativa.

Critérios de seleção:



Ser um pequeno empreendimento formalizado (CNPJ ativo).



Atuar nos biomas abrangidos pelo programa.



Gerar impacto socioambiental positivo por meio da comercialização de produtos da sociobiodiversidade.



Ter produtos prontos para comercialização (com embalagem e rótulo).



Ter canais de vendas já estabelecidos.

O ecossistema de apoio criado pelo Mercado Livre no Brasil

Além de reunir, comercializar e entregar o melhor dos biomas brasileiros, o Biomass a um Clique oferece um ecossistema de suporte completo a esses vendedores. Essa oferta foi aprimorada ao longo dos últimos cinco anos a partir da interação contínua com organizações relevantes e empreendedores do setor, para que juntos chegássemos a um modelo de apoio que fosse de fato transformador.

Ano após ano, ajustamos os benefícios oferecidos aos negócios apoiados, para que eles tivessem acesso às ferramentas e ao conhecimento necessários para prosperar utilizando as plataformas do Mercado Livre, do Mercado Pago e do Mercado Envios. O pacote inclui mentorias e capacitação em vendas online, estratégia comercial, logística e marketing digital, além de benefícios em taxas e visibilidade na plataforma. Veja a seguir os principais benefícios oferecidos para esses empreendimentos no país.



Apoio logístico

Para atender à crescente demanda dos consumidores por entregas rápidas e oferecer a melhor experiência aos compradores, o Mercado Livre tem hoje uma estrutura logística robusta, que conta com 308 centros de distribuição na América Latina – 22 deles inaugurados só em 2024. A fim de viabilizar a comercialização dos produtos da bioeconomia, facilitamos o acesso dos participantes do Biomás a um Clique ao Full, serviço de fulfillment do Mercado Envios.

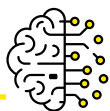
Com esse serviço, os vendedores terceirizam o processo logístico, desde o armazenamento do estoque até a separação, embalagem, transporte e, em alguns casos, o pós-venda. Além disso, eles contam com maior flexibilidade no prazo de entrada da mercadoria nos armazéns e isenção de cubagem mínima de peso ou volume. Essas medidas tornaram viáveis os custos do frete e os prazos de entrega, o que se mostrou uma importante alavanca de vendas.

Com o objetivo de aproximar os participantes de suas operações e infraestrutura, o Mercado Livre realizou, em 2024, uma visita guiada a um de seus centros de distribuição, oferecendo uma visão mais ampla e integrada de suas estratégias logísticas e comerciais.



Benefícios comerciais

Os participantes ainda contam com 40% de desconto na comissão de venda, além de isenção da taxa fixa para produtos de valores inferiores a R\$ 79. Vendedores que necessitam de armazenagem prolongada no Full (acima de dois meses), por oferecerem produtos com baixa rotatividade ou que dependem de sazonalidade, também contam com isenção da tarifa de armazenagem.



Capacitação em inteligência comercial

Para fortalecer o capital humano, o Biomass a um Clique desenvolveu uma formação pensada para responder aos desafios reais enfrentados pelos empreendedores e produtores da floresta, aliando saberes tradicionais e competências de mercado. São oferecidas jornadas com 8h de formação e 16h de oficinas coletivas, além de mentorias individuais e plantão de dúvidas para apoiar a elaboração de estratégias de venda, considerando suas particularidades e localização.

Esse conhecimento vem sendo sistematizado e compartilhado com o ecossistema por meio de ferramentas como a publicação de *Jornada da Estratégia Comercial: um Guia para Negócios de Impacto*, fruto da parceria entre o Mercado Livre e o ICE — Inovação em Cidadania Empresarial.



Rede

O fortalecimento da rede de empreendedores da sociobiodiversidade é uma das frentes mais estratégicas do programa. A interação entre os participantes acontece de forma contínua e diversa: por meio de grupo de WhatsApp, que hoje reúne mais de 311 membros ativos; da participação em eventos relevantes das agendas ESG, clima e bioeconomia; de encontros presenciais como almoços e happy hours; e da mobilização coletiva para campanhas e oportunidades comerciais. Esses espaços incentivam a troca de experiências, a colaboração e o fortalecimento de laços entre negócios com desafios e propósitos comuns. Como fruto dessa articulação, surgiu em 2023 a ASSO BIO — Associação dos Negócios da Sociobioeconomia da Amazônia.



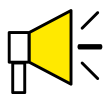
Visibilidade

Os participantes integram campanhas anuais de branding awareness que visam tornar essa iniciativa conhecida do grande público e fomentar as vendas desses empreendedores na plataforma. Desde 2020, essas campanhas já envolveram grandes influenciadores e chefes de cozinha como Bela Gil, Carla Pernambuco e Thiago Castanho, chamando a atenção dos consumidores dos grandes centros, pouco habituados a esses produtos. Um exemplo foi a ação levada às ruas de São Paulo em setembro de 2024 com a influenciadora Alane Dias, natural de Belém do Pará, que apresentou um menu degustação às pessoas que passavam na Av. Paulista, convidando-as a experimentarem os sabores típicos da região amazônica.

Um grupo de parceiros estratégicos também apoia a iniciativa realizando ações de visibilidade para o programa e para a landing page dos sortimentos de produtos de biomass. Entre as ações de destaque estão a ativação do Origens Brasil, em parceria com o Mercado Livre, e a vitrine da ASSO BIO, que marcaram presença no TEDxAmazônia em 2024.

[Entregando o melhor da Amazônia](#)





Branding

Desde 2022, o programa mantém uma parceria com a LIBRA Design para apoiar a criação de identidade visual, rótulos e estampas para embalagens, bem como o aprimoramento técnico em embalagens.





Inclusão financeira e incentivo à formalização

O Mercado Pago, por sua vez, promove o acesso a capital por meio de programas de fomento, parcerias e linhas de microcrédito. Além disso, suas soluções de gestão financeira e meios de pagamento – como maquininhas, links de pagamento e tap to pay – facilitam transações seguras e acessíveis no mundo físico e no virtual, incentivando a formalização e a geração de histórico financeiro que viabilizam novos investimentos.



A sociedade evoluiu no modo como se relaciona com o consumo, e o setor varejista está ganhando consciência sobre o seu papel de introduzir e fortalecer práticas que orientem para o consumo mais consciente. Estamos presentes no cotidiano do consumidor e sabemos da nossa responsabilidade nessa agenda. Por isso, queremos promover debates sobre o tema, disponibilizar cada vez mais informações para o consumidor e dar destaque a produtos e empreendedores que buscam soluções mais sustentáveis.”

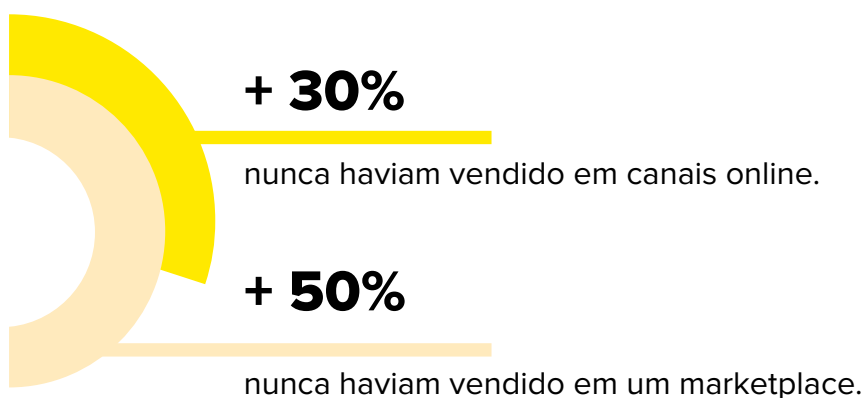
Laura Motta, gerente sênior de
Sustentabilidade do Mercado Livre no Brasil.



Impactos acumulados no Brasil

(Dados acumulados de 2019 até julho/2025)

341 empreendimentos capacitados



+ 1.950
produtos originários da biodiversidade brasileira disponíveis.



+ 123 mil
produtos vendidos.



+ 47 mil
produtores beneficiados.



+ R\$ 6,7 milhões
de faturamento no Mercado Livre.



+ R\$ 17,7 milhões
em volume transacionado.



Foto: Andrey Ricardo da Silva Nery, Rico Farinha.

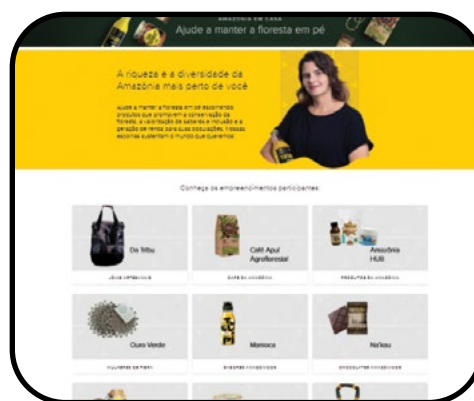
Nossa jornada

2019

- ▶ Lançamento da Categoria Produtos Sustentáveis no Mercado Livre.
- ▶ Participação em labs de inovação e workshops de comercialização, contribuindo para a estratégia comercial em parceria com atores estratégicos da região.

2020

- ▶ Piloto: mentoria com 12 empreendimentos na Amazônia.
- ▶ Criação de uma página no Mercado Livre dedicada aos produtos da sociobiodiversidade.
- ▶ Campanha “Amazônia em casa, floresta em pé” em parceria com PPA, Idesam e Climate Ventures.



2021

- ▶ Lançamento do programa  **EMPREENDER COM IMPACTO*** Biodiversidade
 - Chamada aberta com oito parceiros.
 - Seleção e capacitação de 89 empreendimentos na Amazônia, no Cerrado e na Mata Atlântica.
- ▶ Lançamento da publicação [Jornada da Estratégia Comercial: um Guia para Negócios de Impacto](#), em parceria com o ICE — Inovação em Cidadania Empresarial.
- ▶ Campanha: “Da Amazônia para você”.

2022

- ▶ Expansão para a Argentina e o México e incorporação do bioma Caatinga no Brasil.
- ▶ Seleção e capacitação de 34 novos empreendimentos no Brasil.
- ▶ Campanha “Biomias a um Clique”, que passa a ser o novo nome do programa.

⋮

2023

- ▶ Destaque no Responsible Business Awards 2023, na categoria Biodiversity Champion Award, e no Prêmio ECO.
- ▶ Seleção e capacitação de 28 novos empreendimentos no Brasil.
- ▶ Parceria com a rede [Origens Brasil](#).
- ▶ Participação em grandes eventos na Amazônia e ativações presenciais, como o TEDx Amazônia.

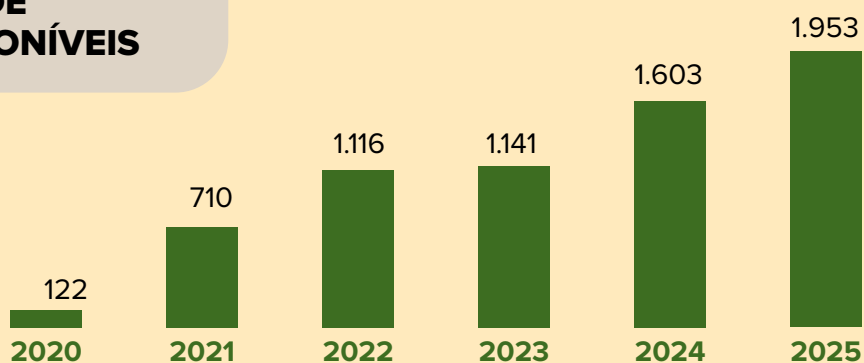
2024

- ▶ Campanha “Nossos biomas estão chegando”.
- ▶ Seleção e capacitação de 96 novos empreendimentos no Brasil.
- ▶ Campanha “Entregando o melhor do Brasil”.
- ▶ Participação em grandes eventos e ativações presenciais, como TEDx Amazônia e [FIINSA](#).

2025

- ▶ Seleção e capacitação de 82 novos empreendimentos no Brasil.
- ▶ Biomás em Rede: parceria com a Escola Creators Flint para capacitação de empreendedores em criação de conteúdo, visando ampliar o alcance e as vendas.
- ▶ Campanha Dia da Amazônia.
- ▶ Participação em grandes eventos e ativações presenciais, como TEDx Amazônia e COP 30, ambos em parceria com a ASSO BIO.

NÚMERO DE PRODUTOS DISPONÍVEIS



Cases de sucesso

D'AMAZÔNIA ORIGENS

Produzido de forma manual por pequenos produtores, o autêntico guaraná de Maués da D'Amazônia Origens leva mais de 24 horas de barco para chegar a Manaus. Mas, com o acesso facilitado ao Full do Mercado Livre, os produtos chegam às casas dos consumidores das grandes cidades em apenas um dia. Com esse benefício, a marca alcançou um incremento de 1.000% nas vendas dos itens armazenados no Full (comparativo de maio/2022 a março/2025).



“O programa foi muito positivo para nós por várias razões, principalmente por sua fórmula. Feito à distância, permitiu que nós, micro e nano empresários do interior do Amazonas, tivéssemos acesso a capacitações e encontros com pessoas bem preparadas e com informações de forma fácil.”

Luca D'Ambros, CEO da D'Amazônia Origens.

DEVERAS

Fruto da união do saber tradicional com a ciência, a geleia de vitória-régia da Deveras é produzida em Alter do Chão, no Pará. Para atender à demanda dos consumidores das grandes cidades, que querem receber seus produtos cada vez em menos tempo, a marca adequou seus processos para garantir a entrada no Full. Com isso, aumentou em 95% suas vendas (comparativo de outubro/2022 a março/2025).



“Para a Deveras, o programa Biomás a um Clique contribuiu bastante para o aumento de visibilidade de nossos produtos. Obtivemos todas as vantagens de agilidade de envio e confiabilidade, taxas exclusivas. A não cobrança por estoque parado por mais de dois meses foi crucial, pois os produtos da floresta têm um tempo diferente do restante, e o Mercado Livre entende isso. Esperamos que a parceria perdure por muito tempo e seja sucesso para todos nós, principalmente para a preservação da floresta e dos empreendimentos que dela vivem.”

Cláudio Monteiro, empreendedor da Deveras.



Foto: Lídia Mara Pereira Abrahim, Seiva Amazon Design.

AMAZÔNIA AGROFLORESTAL E IDESAM

Produzido a 22 horas de distância de Manaus, em Apuí, o Café Apuí Agroflorestal é fruto da parceria entre a empresa Amazônia Agroflorestal e o Idesam. Primeiro café 100% Robusta orgânico cultivado em agrofloresta na Amazônia brasileira, o grão cresce em meio às árvores nativas, no singular terroir amazônico, resultando em um aroma único. Sua produção promove uma cadeia de valor sustentável, inclusiva e regenerativa, gerando renda para 134 famílias e ajudando a conservar 108.350.000 m² de floresta.



“Participar do programa Biomass a um Clique do Mercado Livre foi decisivo para impulsionar a produção do café agroflorestal e ampliar nosso negócio. Além da capacitação e do apoio operacional, como as facilidades para ingressar no Full, tivemos acesso a recursos e ferramentas de vendas online e de marketing, que foram fundamentais para dar visibilidade ao Café Apuí e agregar valor à marca. E ainda contamos com o prestígio de fazer parte do maior e-commerce da América Latina, o que fortalece nossa reputação e alcance.”

Jônatas Machado, diretor comercial da Amazônia Agroflorestal.

Aprendizados da jornada

Há mais de cinco anos, o Mercado Livre assumiu o compromisso de impulsionar a sociobioeconomia na América Latina, conectando comunidades tradicionais, empreendedores, organizações parceiras e consumidores. Ao reduzir barreiras geográficas e socioeconômicas significativas e ampliar o acesso ao mercado, esse movimento promove a geração de renda sustentável e a valorização da biodiversidade nacional.

Essa jornada tem mostrado que os esforços devem ir muito além da abertura de um novo canal de vendas: fomentar o setor demanda a construção de um ecossistema de suporte integrado, que combine pesquisa, inovação, logística, tecnologia e capacitação. A seguir, apresentamos os principais aprendizados e insights acumulados ao longo dessa trajetória, especialmente no Brasil, onde os resultados têm se mostrado relevantes.

Mercado e consumo

Um dos maiores aprendizados foi reconhecer que os produtos da sociobiodiversidade – como farinhas, óleos, castanhas e frutas nativas – exigem estratégias específicas de formação de mercado. Como muitos desses itens ainda não fazem parte do repertório cotidiano dos consumidores de outras regiões do país, é necessário ampliar o conhecimento e despertar o interesse por meio de ações que conectem esses produtos a demandas já existentes e, principalmente, ajudem a inserir esses alimentos no imaginário do consumidor e a revelar suas possibilidades de uso no dia a dia.

Para aproximar os produtos das expectativas do consumidor dos grandes centros urbanos, também é necessário investir em design, embalagem, marketing, curadoria, porcionamento e narrativas. Nesse processo, histórias e rastreabilidade, com uma comunicação transparente sobre impacto, origem e histórias de quem produz, se mostraram diferenciais competitivos. Outro ponto essencial é traduzir os atributos dos produtos para a realidade do consumidor, estabelecendo comparações que facilitem sua adoção no dia a dia — como apresentar o tucupi preto como “o shoyu da Amazônia com menor teor de sódio”.

Assim, é fundamental reposicionar a percepção de valor — os produtos não devem ser vistos apenas pelo preço, mas pelo impacto socioambiental que carregam.

Tendências de Consumo Online com Impacto Positivo

Em 2025, o Mercado Livre lançou a 5ª edição do estudo Tendências de Consumo Online com Impacto Positivo, que avalia dados de consumo na seção de Produtos Sustentáveis do Mercado Livre e traz os resultados de uma pesquisa com os usuários de seis países.

Ano após ano, a pesquisa revela que a adoção de um estilo de vida mais saudável e sustentável é uma tendência que está atraindo cada vez mais consumidores latino-americanos.

[Veja os resultados](#)

Digitalização

A jornada evidenciou que a digitalização é um gargalo significativo. Antes de ingressar no programa, 30% dos empreendimentos ativos não vendiam em nenhum canal online, e 52,7% nunca haviam operado em marketplaces. Esse cenário exigiu formações práticas em logística, precificação e gestão de estoque. Mais do que treinamentos pontuais, revelou-se essencial apostar na potência do trabalho em rede e desenvolver treinamentos adaptados à realidade desses negócios, com cases reais e mentoria contínua, acompanhando seu amadurecimento a médio e longo prazos.

Nesse processo, é fundamental conciliar identidade cultural e exigências do mercado, garantindo que o saber tradicional contido em cada produto não se perca ao fazer sua adequação aos requisitos básicos do e-commerce, como rotulagem e códigos de barras⁸.

Logística e operação

A inteligência logística se mostrou um fator decisivo para a escala. Consumidores não estão dispostos a esperar longos prazos para receber seus produtos, e a integração ao serviços de fulfillment foi fundamental para acelerar as entregas.

Entretanto, o custo de frete segue como barreira e demanda subsídios ou soluções logísticas diferenciadas para não afastar consumidores. Nesse sentido, encontrar parceiros locais para criar pontos de consolidação foi um fator-chave para lidar com o estoque descentralizado, que aumenta o custo e o tempo da entrega. Outro desafio foi lidar com a sazonalidade da produção, que compromete a previsibilidade de oferta e exige planejamento conjunto entre produtores e plataforma.

⁸ O dado considera tanto os empreendimentos que não vendiam online quanto aqueles que comercializavam seus produtos por meio de sites próprios.

Parcerias e estratégia

Por fim, o programa revelou que ninguém constrói essa agenda sozinho: em um cenário com múltiplas iniciativas em curso, o impacto é maior quando cada organização contribui com o que sabe fazer melhor. Nesse sentido, o Mercado Livre optou por se integrar a redes já consolidadas de apoio e fomento — como ONGs, incubadoras e associações regionais —, que atuam no mapeamento, preparo e acompanhamento de empreendedores locais. Assim, o programa se posiciona como uma solução B2C a serviço desses negócios, oferecendo infraestrutura de marketplace, logística, capacitação e visibilidade para escalar iniciativas que já tenham raízes no território.

Trata-se de um processo de longo prazo, que avança em ciclos sucessivos de aprendizado. Cada edital, cada rodada de mentorias e cada inovação logística contribuem para aprimorar o desenho do programa e consolidar a sociobioeconomia como motor de desenvolvimento sustentável no Brasil.

Desafios

Um ponto central foi entender que o engajamento das comunidades depende da percepção clara de retorno financeiro e que disso depende a preservação. Cada produto vendido reforça que manter a floresta em pé e os biomas vivos gera valor econômico real.

Ainda assim, permanece a questão de como escalar mantendo a identidade e o protagonismo local, a autenticidade e a origem comunitária — desafio que envolve tanto rastreabilidade quanto equilíbrio entre padronização e diversidade cultural.

Os aprendizados desta jornada revelam apenas parte do caminho. Muitos outros desafios permanecem, mas é na construção coletiva, baseada no diálogo e na colaboração, que poderemos seguir avançando. Que esses aprendizados inspirem novos atores e contribuam para consolidar a bioeconomia como uma nova fronteira de desenvolvimento sustentável do Brasil.



Parceiros estratégicos



Apoio Técnico:

BIOMAS
A UM CLIQUE



Flint.

