SEBRAE

DOCUMENTO DE ORIENTAÇÃO

ESTRUTURAÇÃO DE PROJETOS DA BIOECONOMIA

PLANO 2027

Atualizado em 31/07/2026.

Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei n° 9.610).

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
Unidade de Estratégia e Transformação
SGAS 605 – Conjunto A – Asa SUL – CEP: 70200-904 – Brasília, DF
+55 61 3348-7180
www.sebrae.com.br

CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL - CDN
José Zeferino Pedrozo
Presidente

DIRETORIA EXECUTIVA - DIREX
Rodrigo de Sousa Soares
Diretor-Presidente

Bruno Quick Lourenço de Lima
Diretor Técnico

Margarete de Castro Coelho
Diretora de Administração e Finanças

UNIDADE DE ACESSO A MERCADOS
Carlos Eduardo Pinto Santiago
Gerente da Unidade de Acesso a Mercados

COORDENAÇÃO DA SALA DE INTEGRAÇÃO DA BIOECONOMIA
Thyago Batista Ribeiro Gatto

EQUIPE TÉCNICA
Carlinho Santos
Flavia Azevedo Fernandes
Hyrla Marianna Silva
Gabriel Gil
Gilvany Theodoroviz
Giovanni Bevilaqua
Juarez de Paula
Ludmila Rejane Brandao
Moises Trindade
Newman Costa
Oridete Aparecida Corrêa Ramalho
Pedro Cavalcante

SUMÁRIO

A BIOECONOMIA 4

PLANO ANUAL 2027 6

ORIENTAÇÃO PARA ESTRUTURAÇÃO DE PROJETOS 8

LINHAS DE AÇÃO SUGERIDAS 10

1. Educação empreendedora 11

1.1. Educação Empreendedora com foco em Bioeconomia 11

2. Desenvolvimento Territorial 12

2.1. Cidade empreendedora – Eixo 10 12

2.2. Territórios empreendedores 13

3. Competitividade 14

3.1. Bioma KM 0 – Estratégia de Desenvolvimento das Cadeias da Sociobioeconomia 14

3.2. Turismo Sustentável 15

3.3. Estratégia Setor-Território 16

3.4. Super Produtos 16

3.5. Chefs de origem 17

3.6. Economia Azul - Trilha das Águas, desde o cuidado com as nascentes a retirada do plástico no Oceano. 17

4. Inovação 19

4.1. Inova Biomas 19

4.2. Coopera+ 20

4.3. Implementação de Indicação Geográfica 20

4.4. Sebraetec para Bioeconomia 21

4.5. ALI com foco em Bioeconomia 21

4.6. Ecossistemas Locais de Inovação (ELI) 22

5. Políticas Públicas 23

5.1. Promoção de Políticas Públicas para a Bioeconomia 23

6. Acesso a Mercados 25

6.1. Branding, Indicação Geográfica e Bioeconomia 25

6.2. Carbono Social e Serviços Ambientais 27
6.3. Mercado Digital 27
6.4. Internacionalização com foco em Bioeconomia 28
6.5. Agente de mercado com foco em Bioeconomia 29
6.6. Compras públicas com foco em Bioeconomia 29
6.7. Brasil BioMarket 30
6.8. Conexões corporativas com foco em Bioeconomia 31
7. Capitalização e Serviços Financeiros 33
7.1. Financiamento Verde e Sustentável para Pequenos Negócios 33
8. Empreendedorismo Feminino, Diversidade e Inclusão 35
8.1. Plataforma Crescimento Sustentável – Selo ESG Sebrae 35

A BIOECONOMIA

A bioeconomia é uma agenda estratégica para o Sistema Sebrae por sua capacidade de transformar ativos locais em oportunidades econômicas sustentáveis para o desenvolvimento dos pequenos negócios, além da promoção da inovação, competitividade, sustentabilidade e prosperidade dos territórios.

O tema está alinhado à estratégia institucional de fortalecimento das economias portadoras de futuro, ao desenvolvimento dos biomas brasileiros e à ativação de ecossistemas de inovação em todo o país.

A OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), define que a bioeconomia resulta da convergência entre conhecimento biotecnológico, utilização sustentável de recursos biológicos renováveis e integração entre diferentes setores econômicos. Trata-se de uma abordagem transversal que combina inovação, produção sustentável e geração de valor econômico a partir de ativos biológicos.

Para o Sebrae, bioeconomia é um conjunto de atividades econômicas que utilizam de forma sustentável os recursos biológicos renováveis para desenvolver produtos, processos ou serviços.

A proposta de atuação institucional para a Bioeconomia articula inovação, tecnologia, conhecimentos tradicionais e características locais, promovendo a conservação da sociobiodiversidade, a valorização regional e a geração de oportunidades para pequenos negócios.

No contexto prático, o desenvolvimento desses negócios exige superar o extrativismo de baixo valor agregado, transformando bioativos em produtos e insumos valorizados e qualificados.

Trata-se de estruturar caminhos que promovam a geração de riqueza e o desenvolvimento social em harmonia com a natureza. Fortalecer cadeias produtivas da sociobiodiversidade, ampliar a agregação de valor nos territórios e criar condições para que pequenos negócios se tornem protagonistas de um

modelo de desenvolvimento baseado na conservação, na inclusão produtiva e na competitividade territorial.

A bioeconomia representa a oportunidade de transformar o patrimônio natural brasileiro em um novo modelo de desenvolvimento, competitivo mundialmente, a partir da biodiversidade.

Para se promover a Bioeconomia existem diversos caminhos e todos eles se amparam em fundamentos estratégicos comuns, que podem ser resumidos a seguir:

- Estimular o desenvolvimento empreendedor da bioeconomia;
- Estimular a formação de redes e ecossistemas;
- Articular parcerias e promover governança;
- Apoiar a criação de planos territoriais estratégicos que insiram a bioeconomia como vetor de desenvolvimento local;
- Promover a Estruturação, Competitividade e Eficiência de bionegócios;
- Promover o encurtamento de cadeias produtivas;
- Apoiar a pesquisa e desenvolvimento de negócios inovadores;
- Promover o desenvolvimento de complexidade bioeconômica;
- Promover a valorização econômica dos bioativos e dos serviços ambientais;
- Desenvolver e Ampliar Mercados;
- Gerar oportunidades de financiamento e captação de recursos.

Como desdobramento dessa agenda estratégica, recomenda-se que o Plano Estratégico Sebrae 2027 trate a bioeconomia como um vetor transversal de desenvolvimento territorial e transformação econômica.

A literatura internacional destaca que o desenvolvimento da bioeconomia depende da integração entre inovação, produção, financiamento, governança e mercados, razão pela qual as ações relacionadas ao tema podem estar distribuídas em diferentes programas e projetos institucionais.

Os projetos devem ser organizados de forma integrada e complementar, evitando a dispersão de esforços e fortalecendo a jornada de desenvolvimento dos bionegócios, desde a geração de ideias, pesquisa aplicada e empreendedorismo inovador até a inserção qualificada em mercados nacionais e internacionais. Essa orientação está alinhada às diretrizes institucionais já consolidadas para o planejamento 2027, que destacam a bioeconomia como uma agenda capaz de integrar biodiversidade, tecnologia, conhecimento tradicional e geração de valor econômico sustentável. Nesse contexto, recomenda-se que os projetos sejam estruturados observando os seguintes eixos:

I. Melhoria do ambiente empreendedor, incluindo governança, criação de redes e parcerias, além acesso a instrumentos de financiamento;
II. Aumento da competitividade dos bionegócios por meio da qualificação produtiva, gestão e eficiência operacional e encurtamento de cadeias produtivas;
III. Estímulo ao surgimento e fortalecimento de negócios inovadores da bioeconomia;
IV. Agregação de valor aos ativos da biodiversidade, promoção da bioindustrialização, serviços ambientais e diferenciação territorial;
V. Ampliação do acesso a mercados, investidores, compradores e oportunidades de comercialização.

Essa abordagem permite ao Sebrae atuar sobre os principais gargalos da bioeconomia, transformando recursos biológicos em produtos, serviços e experiências de maior valor agregado.

Adicionalmente, recomenda-se priorizar projetos territorializados, conectados às vocações dos biomas brasileiros e às cadeias produtivas estratégicas de cada região. Dessa forma, o Sebrae reforça seu papel como agente de articulação e desenvolvimento de ecossistemas bioeconômicos, ampliando a complexidade econômica dos territórios e contribuindo para posicionar o Brasil como referência mundial em negócios baseados na biodiversidade.

Resultados esperados com a promoção da Bioeconomia:

- Aumento da base de negócios oriundos da bioeconomia;
- Desenvolvimento de ecossistemas estruturados da bioeconomia;
- Melhoria da estrutura e competitividade de negócios tradicionais;
- Ampliação da agregação de valor de produtos e serviços inovadores;
- Maior inserção em mercados nacionais e internacionais
- Estruturação e ampliação de mecanismos de valorização econômica dos serviços ecossistêmicos, do carbono social e de outros ativos ambientais associados à conservação e ao uso sustentável da biodiversidade

ORIENTAÇÃO PARA ESTRUTURAÇÃO DE PROJETOS

Orientações gerais para a estruturação de projetos de Bioeconomia no Leme:

Item	Orientação
Programa	A atuação em bioeconomia é transversal a diversas áreas e segmentos de atuação. Sabidamente não há um programa de Bioeconomia no Plano 2027, portanto orienta-se que o projeto de bioeconomia deva se associar ao programa ao qual as ações têm maior vinculação.
Projeto	Recomenda-se a estruturação de projetos específicos para operação de ações vinculadas à Bioeconomia. Caso decida-se por não criar projeto específico, excepcionalmente será permitida a criação de ações em projetos de outras temáticas. Construa projetos estratégicos. Não é permitido Processo.
Ação	Apesar da recomendação para criação de um projeto específico para Bioeconomia, entende-se que a atuação dos estados pode ocorrer também de forma articulada e com ações distribuídas em mais de um projeto. A bioeconomia pode ser incorporada em diferentes iniciativas de inovação, tecnologia, mercado, desenvolvimento territorial e competitividade, ampliando o alcance e os resultados das estratégias estaduais.

Tema indutor	Para os projetos vinculados ao programa “Move+ Vendas” é obrigatório o registro do tema indutor “Bioeconomia”. Para projetos vinculados a outros programas, vincule aos temas indutores sugeridos pelo programa respectivo programa.
Tag	#Bioeconomia É obrigatório registrar a Tag “#Bioeconomia”, tanto no projeto, como nas ações direcionadas à Bioeconomia.

LINHAS DE AÇÃO SUGERIDAS

Considerando a natureza transversal da bioeconomia e sua capacidade de integrar inovação, desenvolvimento territorial, competitividade, sustentabilidade e geração de oportunidades para pequenos negócios, as linhas de ação apresentadas a seguir buscam orientar a estruturação de projetos e iniciativas alinhadas às diretrizes do Plano Estratégico Sebrae 2027.

As propostas estão organizadas de acordo com os programas estratégicos do Sistema Sebrae e contemplam diferentes estágios da jornada de desenvolvimento dos empreendimentos da bioeconomia, desde a formação empreendedora e a mobilização territorial até o fortalecimento da competitividade, inovação, acesso a mercados, políticas públicas e financiamento. A lógica adotada busca promover maior integração entre iniciativas, potencializando resultados e ampliando o impacto.

1. Educação empreendedora

Programa vinculado: Educação que transforma

Objetivo: Tornar a Educação Empreendedora acessível a todos como pilar na formação cidadã, por meio do desenvolvimento de competências que favoreçam a construção de projetos de vida, formando protagonistas da transformação da sua realidade e do seu ambiente.

1.1. Educação Empreendedora com foco em Bioeconomia

A ação de Educação Empreendedora busca tornar a Educação Empreendedora acessível a todos como pilar na formação cidadã, por meio do desenvolvimento de competências que favoreçam a construção de projetos de vida, formando protagonistas da transformação da sua realidade e do seu ambiente. Na bioeconomia, pode-se estimular estudantes e educadores na valorização de produtos da sociobiodiversidade, na comunicação de seus diferenciais, territórios e na conexão com novos consumidores e mercados.

Público-alvo: Estudantes e Profissionais da Educação

Sugestão de atuação:

- Formações com a temática para estudantes e educadores a partir de soluções nacionais que tem correlação com a bioeconomia.
- Apoio à produção de conteúdo, divulgação e posicionamento relacionado e bioeconomia e educação.
- Desafio Liga Jovem da Bioeconomia

2. Desenvolvimento Territorial

Programa vinculado: Cidades e Territórios empreendedores

Objetivo: Identificar e organizar os ativos e as demandas locais, articulando e mobilizando lideranças em prol de uma governança ativa e coesa nos Territórios e nos Municípios, implementando estratégias de desenvolvimento focadas nas suas vocações e potencialidades, estimulando assim, a melhoria contínua do Ambiente de Negócios e a ampliação da participação dos Pequenos Negócios nas economias portadoras de futuro.

2.1. Cidade empreendedora – Eixo 10

Dentre os 3.114 municípios atendidos pelo Cidade Empreendedora, apenas 660 estão atuando no Eixo 10 – Resiliência Climática e Sustentabilidade. A atuação da UDT tem sido a de sensibilizar e incentivar a adoção de uma agenda municipal com algumas prioridades: Prevenção a desastres climáticos; Gestão de resíduos; Regeneração de áreas degradadas; Segurança hídrica; Transição energética; Bioeconomia.

Seria necessário um maior esforço de difusão conceitual sobre as oportunidades de desenvolvimento econômico municipal baseado na Bioeconomia como uma das formas de promoção da Sustentabilidade.

Além disso, a utilização de instrumentos de inteligência estratégica (Observatório Território – Setor) para a identificação de oportunidades nos municípios também poderia ser uma forma de sensibilização e mobilização dos gestores públicos municipais.

Sugestão de atuação:

Seria recomendável uma simplificação e aceleração da construção de um portfólio de soluções para o Eixo 10. Os prazos atuais de cerca de 18 meses para habilitação de uma nova solução não são compatíveis com a urgência requerida. A curadoria e contratação de soluções disponíveis no mercado parece ser o caminho mais rápido.

2.2. Territórios empreendedores

A escolha de territórios prioritários para atuação em Bioeconomia pelos Sebrae/UF possibilita uma convergência com a atuação dos Territórios Empreendedores. A disponibilidade de recursos da CSN para criação de novos "Territórios Empreendedores da Bioeconomia" poderia dar materialidade e concretude à conexão entre Desenvolvimento Territorial e Bioeconomia nos Sebrae/UF.

Conforme a metodologia adotada, é possível aproveitar os esforços da Fase 1, de diagnóstico das vocações, potencialidades e oportunidades existentes no território, para dar ênfase ao fortalecimento da Bioeconomia. Na Fase 2, quando da identificação, mobilização e capacitação das lideranças do território para a construção de uma governança coletiva, e elaboração de um plano de desenvolvimento territorial, seria possível dar ênfase ao engajamento dos atores relacionados com segmentos econômicos da Bioeconomia. Na Fase 3, de implementação de projetos e consolidação da governança territorial, também seria possível concentrar parcerias para suporte aos segmentos econômicos da Bioeconomia.

Dispor de consultores experientes, previamente qualificados e exclusivamente dedicados para cada "Território Empreendedor da Bioeconomia" é um fator crítico para acelerar processos e encurtar prazos sem comprometer a qualidade das entregas.

Sugestão de atuação:

Os "Territórios Empreendedores da Bioeconomia" poderiam facilitar a integração e a atuação em rede, buscando a convergência da atuação do Sebrae no território, incluindo uma abordagem territorial/setorial, além das temáticas específicas de inovação, encurtamento de cadeias e acesso a mercados.

3. Competitividade

Programa vinculado: Impulsionar Negócios

Objetivo: Elevar o nível de competitividade dos Pequenos Negócios, por meio de jornadas estruturadas que promovam ganhos de produtividade, ampliação de mercados, melhoria de gestão e aumento da competitividade estrutural e sistêmica, considerando as especificidades dos setores, cadeias e vocações territoriais.

3.1. Bioma KM 0 – Estratégia de Desenvolvimento das Cadeias da Sociobioeconomia

A Estratégia BIOMA KM 0 apoia o desenvolvimento das cadeias produtivas da sociobiodiversidade por meio da atuação integrada em três eixos estratégicos: produção sustentável da sociobiodiversidade, bioindustrialização dos territórios e integração às cadeias de valor. A estratégia utiliza o encurtamento de cadeias como abordagem para ampliar a agregação de valor, fortalecer a competitividade dos pequenos negócios e aumentar a retenção de riqueza nos territórios de origem.

Público-alvo: Comunidades e povos tradicionais, produtores rurais e agricultores familiares, cooperativas, associações, agroindústrias e bioindústrias.

Sugestão de atuação:

- Diagnosticar e priorizar cadeias produtivas da sociobiodiversidade;
- Fortalecer a produção sustentável e a oferta de matéria-prima;
- Estruturar sistemas agroflorestais, manejo sustentável e extrativismo responsável;
- Incentivar soluções de beneficiamento, agroindustrialização e bioindustrialização;
- Desenvolver novos produtos e ampliar a agregação de valor;
- Conectar pequenos negócios às cadeias de valor e aos mercados estratégicos;

- Integrar parceiros e soluções para o desenvolvimento das cadeias da sociobiodiversidade, em especial dos Programas Juntos pela Agro e Juntos pela Indústria.

3.2. Turismo Sustentável

O Turismo Sustentável fortalece produtos e roteiros associados à sociobiodiversidade, valorizando os biomas brasileiros, a cultura local e os pequenos negócios, ao integrar turismo, conservação ambiental e desenvolvimento territorial.

Nesse contexto, a estratégia do Sebrae busca ampliar a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios e dos destinos brasileiros, promovendo territórios turísticos capazes de proporcionar experiências memoráveis ao longo de toda a jornada do viajante.

Para isso, é necessário enfrentar desafios como a baixa integração entre os atores locais, a qualificação dos serviços, a estruturação de experiências mais atrativas, o fortalecimento da presença digital, o acesso a canais de comercialização, o uso de dados na tomada de decisão e a adoção de práticas sustentáveis e inovadoras.

Público-alvo: Meios de Hospedagem, Bares e Restaurantes, Atrativos Turísticos, Agências e Operadoras, Transportes Turísticos, Eventos e Produção Associada ao Turismo.

Sugestão de atuação:

- Articulação e Mobilização Territorial e Empresarial, que fortalece a governança local por meio do engajamento das lideranças empresariais e do setor público do turismo.
- Estruturação e posicionamento de produtos e roteiros turísticos, que qualifica a oferta e valoriza experiências autênticas, sustentáveis e inovadoras.
- Comercialização de produtos e roteiros turísticos, que aproxima os pequenos negócios dos mercados nacionais e internacionais.

3.3. Estratégia Setor-Território

O desenvolvimento setorial é uma atividade transversal que, dentro de um país, atravessa fronteiras estaduais, municipais, produtivas e organizacionais. De natureza estrutural e sistêmica, envolve escolhas e decisões em nível nacional orientadas para estabelecer e sustentar vantagens competitivas. A Estratégia Setor-Território promove o desenvolvimento competitivo das cadeias produtivas a partir das vocações econômicas dos territórios, a partir de agendas de desenvolvimentos destes territórios.

Público-alvo: lideranças setoriais, pequenos negócios e instituições parceiras.

Sugestão de atuação:

- Inteligência setorial;
- Monitoramento de indicadores e oportunidades;
- Projetos de desenvolvimento setorial a partir de agendas dos territórios.

3.4. Super Produtos

A estratégia Super Produtos fortalece cadeias da sociobiodiversidade com elevado potencial econômico por meio da organização de conhecimento técnico, inteligência de mercado e estruturação de soluções para agregação de valor.

Público-alvo: Cooperativas, agroindústrias, bioindústrias e pequenos negócios da sociobiodiversidade.

Sugestão de atuação:

- Priorização de cadeias e produtos;
- Desenvolvimento de trilhas de atendimento;
- Organização de painéis de inteligência;
- Produção de conteúdos técnicos;
- Estruturação de soluções para processamento e comercialização.

3.5. Chefs de origem

A estratégia Chefs de Origem conecta a gastronomia brasileira às cadeias da sociobiodiversidade, aproximando chefs, restaurantes, produtores e territórios para promover a valorização dos produtos nativos, da cultura alimentar e da identidade dos biomas.

Público-alvo: Chefs de cozinha, restaurantes, produtores, cooperativas, agroindústrias, instituições de gastronomia e atores do ecossistema alimentar.

Sugestão de atuação:

- Mapeamento de chefs e restaurantes;
- Apoio na construção e implementação, no território, do plano nacional de valorização da gastronomia brasileira;
- Identificação de produtos, ingredientes, técnicas, conhecimentos, tradições, atores, especialistas, instituições e demais dados relacionados à cultura alimentar do território/bioma/biodiversidade;
- Articulação entre gastronomia e produtores;
- Desenvolvimento de experiências gastronômicas;
- Convergência com iniciativas locais de valorização da cultura alimentar.
- Conexão entre gastronomia, turismo, economia criativa e bioeconomia para fortalecer mercados territoriais e ampliar a retenção de valor nas regiões de origem.

3.6. Economia Azul - Trilha das Águas, desde o cuidado com as nascentes a retirada do plástico no Oceano.

A Economia Azul compreende modelos de negócio que promovem o uso sustentável e regenerativo das águas continentais e marinhas, conciliando geração de renda, inovação, conservação ambiental e desenvolvimento territorial. Abrange atividades relacionadas à produção sustentável de alimentos provenientes da água, conservação dos ecossistemas aquáticos e desenvolvimento de soluções

inovadoras que fortaleçam a competitividade dos pequenos negócios e a resiliência dos territórios.

Público-alvo**:** Micro e pequenas empresas da cadeia da Economia Azul; cooperativas e associações da pesca, aquicultura e maricultura; **a**gricultores familiares e produtores com atividades relacionadas aos recursos hídricos; **e**mpreendedores do turismo de natureza e experiências aquáticas; **s**tartups (BlueTechs), negócios de impacto e tecnologias sociais; **p**ovos indígenas, comunidades tradicionais e ribeirinhas;

Sugestão de atuação:

- Fortalecer cadeias produtivas da pesca, aquicultura e maricultura sustentáveis;
- Agregar valor aos produtos da sociobiodiversidade aquática;
- Incentivar boas práticas de manejo e uso eficiente dos recursos hídricos;
- Promover educação ambiental e cultura oceânica:
- Apoiar iniciativas de conservação de nascentes, rios, manguezais, lagoas e ambientes costeiros;
- Incentivar soluções para redução da poluição, gestão de resíduos e economia circular;
- Promover tecnologias sociais e soluções baseadas na natureza;
- Facilitar o acesso a crédito, investimentos e instrumentos financeiros para Economia Azul;

4. Inovação

Programa vinculado: Impulso Tecnológico

Objetivo: Impulsionar inovação e desenvolvimento tecnológico, a partir da criação e aumento da competitividade de startups, negócios inovadores e Pequenos Negócios, e da ativação de ecossistemas de inovação.

4.1. Inova Biomas

O Inova Biomas é a principal estratégia nacional do Sebrae para fomentar negócios inovadores da bioeconomia. Seu objetivo é estimular o surgimento, desenvolvimento e aceleração de startups, pequenos negócios e soluções inovadoras que contribuam para a conservação, o uso sustentável e a valorização da biodiversidade brasileira. A estratégia está organizada por biomas e contempla iniciativas como Inova Amazônia, Inova Cerrado, Inova Caatinga, Inova Pantanal, Inova Pampa, Inova Mata Atlântica e Inova Mar.

Público-alvo: Empreendedores, startups, pesquisadores, pequenos negócios inovadores, deeptechs e iniciativas que utilizem recursos, conhecimentos ou ativos associados à biodiversidade para desenvolver produtos, serviços e tecnologias.

Sugestão de atuação:

- Execução de ciclos estaduais ou regionais alinhados à metodologia nacional;
- Mobilização de startups e negócios inovadores dos biomas presentes no estado;
- Desenvolvimento de comunidades e ecossistemas de bioeconomia;
- Integração com Sebraetec, ALI, ELI e demais instrumentos de inovação.

4.2. Coopera+

O Coopera+ é a estratégia do Sebrae para fortalecimento de cooperativas, associações produtivas e organizações coletivas, visando ampliar sua capacidade de geração de valor, governança, competitividade e acesso a mercados.

Público-alvo: Cooperativas, associações, redes produtivas e organizações coletivas vinculadas a cadeias estratégicas dos territórios.

Sugestão de atuação:

- Estruturação de cooperativas da sociobiodiversidade;
- Desenvolvimento de cadeias produtivas sustentáveis;
- Apoio à agregação de valor;
- Fortalecimento da comercialização;
- Desenvolvimento da governança territorial.

4.3. Implementação de Indicação Geográfica

A Indicação Geográfica é um instrumento de valorização territorial que reconhece produtos e serviços cuja qualidade, reputação ou características estejam vinculadas à sua origem.

Público-alvo: Produtores organizados, associações, cooperativas e territórios com produtos diferenciados por tradição, identidade ou origem.

Sugestão de atuação:

- Reconhecimento e valorização de produtos com identidade territorial;
- Organização e governança dos produtores;
- Estruturação da cadeia de valor;
- Proteção e posicionamento mercadológico;
- Diferenciação competitiva;
- Agregação de valor ao produto ou serviço;
- Promoção da origem e reputação territorial.

4.4. Sebraetec para Bioeconomia

O Sebraetec é o principal instrumento do Sistema Sebrae para acesso dos pequenos negócios a serviços tecnológicos e de inovação, permitindo incorporar conhecimento técnico especializado à gestão e aos processos produtivos.

Público-alvo: Pequenos negócios, startups, cooperativas, agroindústrias, empreendimentos da sociobiodiversidade e empresas atendidas pelo Sebrae.

Sugestão de atuação:

- Desenvolvimento de produtos e protótipos;
- Design e embalagens sustentáveis;
- Adequação sanitária e regulatória;
- Certificações;
- Rastreabilidade;
- Transformação digital;
- Desenvolvimento de novos processos produtivos.

4.5. ALI com foco em Bioeconomia

O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) promove a disseminação da cultura de inovação e a melhoria da competitividade dos pequenos negócios por meio de acompanhamento especializado.

Público-alvo: Pequenos negócios da bioeconomia, empreendimentos rurais, cooperativas e organizações coletivas.

Sugestão de atuação:

- Diagnóstico de inovação;
- Planos de melhoria;
- Implementação de soluções tecnológicas;
- Conexão com Sebraetec e demais instrumentos do Sebrae;
- Disseminação de boas práticas de gestão e inovação.

4.6. Ecossistemas Locais de Inovação (ELI)

Os Ecossistemas Locais de Inovação são uma estratégia de desenvolvimento territorial baseada na articulação de atores locais para fortalecer ambientes favoráveis à inovação e ao empreendedorismo.

Público-alvo: Municípios, territórios, universidades, centros de pesquisa, instituições de apoio, empresas, startups e governos locais.

Sugestão de atuação:

- Estruturar governanças estaduais e regionais de bioeconomia;
- Conectar empreendedores, pesquisadores e investidores;
- Priorizar cadeias estratégicas dos biomas;
- Desenvolver agendas territoriais de inovação;
- Estimular projetos colaborativos.

5. Políticas Públicas

Programa vinculado: Movimenta – Políticas públicas em movimento

Objetivo: Impulsionar políticas públicas - em prol do empreendedorismo, capazes de gerar impacto positivo no público atendido pelo Sistema Sebrae.

5.1. Promoção de Políticas Públicas para a Bioeconomia

O Movimenta – Políticas Públicas em Movimento é o Programa Nacional do Sebrae voltado a impulsionar políticas públicas em prol do empreendedorismo, contribuindo para que sejam implementadas nos territórios e gerem resultados concretos para os pequenos negócios.

No tema indutor Promoção de Políticas Públicas, o Programa orienta a atuação do Sistema Sebrae por meio de Planos de Trabalho vinculados a políticas públicas nacionais, estaduais ou municipais. As políticas nacionais priorizadas são apresentadas no Caderno de Políticas Públicas Prioritárias do Movimenta, com indicação de objetivos, parceiros, ações elegíveis, resultados esperados e indicadores.

A agenda de bioeconomia poderá ser incorporada ao Caderno por meio de um Plano de Trabalho específico vinculado à Estratégia Nacional de Bioeconomia e ao Plano Nacional de Desenvolvimento da Bioeconomia, com foco na participação dos pequenos negócios na implementação dessa política pública.

Os Sebrae/UF também poderão estruturar Planos de Trabalho relacionados a estratégias, planos, programas, leis ou outros instrumentos estaduais e municipais de bioeconomia, considerando as prioridades, vocações e características de cada território.

Público-alvo: gestores públicos, equipes do Sistema Sebrae, instâncias de governança, entidades representativas, instituições parceiras e demais atores envolvidos na formulação e implementação das políticas públicas de bioeconomia.

Sugestão de atuação:

- Elaborar e implementar Plano de Trabalho nacional para a política pública de bioeconomia;
- Estruturar Planos de Trabalho vinculados a políticas estaduais ou municipais de bioeconomia;
- Articular órgãos públicos, Sistema Sebrae, setor produtivo, instituições de pesquisa e organizações da sociedade civil;
- Identificar barreiras institucionais, regulatórias e operacionais que dificultem o acesso dos pequenos negócios às oportunidades da bioeconomia;
- Capacitar gestores públicos e atores institucionais para formulação, implementação e monitoramento dessas políticas;
- Definir indicadores e acompanhar os resultados gerados para os pequenos negócios e para os territórios.
- Apoiar a construção de Planos Estaduais de Bioeconomia

6. Acesso a Mercados

Programa vinculado: Move+ Vendas

Objetivo: Transformar as oportunidades de mercados para pequenos negócios em vendas, por meio de inteligência, preparação, aproximações e conexões comerciais, que resultem em faturamento diversificado e sustentável para longevidade empresarial brasileira.

Programa vinculado: Conexões corporativas

Objetivo: Promover a inserção competitiva e a melhoria do desempenho dos pequenos negócios de forma sustentável nas cadeias de valor de médias e grandes empresas, por meio de relacionamentos cooperativos e mutuamente atraentes.

6.1. Branding, Indicação Geográfica e Bioeconomia

A ação de Branding, Indicação Geográfica e Bioeconomia busca fortalecer a competitividade de pequenos negócios por meio da valorização da origem, da identidade territorial, da sociobiodiversidade, da sustentabilidade e dos atributos culturais associados aos produtos e serviços dos territórios.

A iniciativa parte do entendimento de que as Indicações Geográficas, marcas coletivas e demais estratégias de diferenciação representam importantes instrumentos para agregação de valor, fortalecimento da reputação dos territórios, sensibilização dos consumidores e ampliação do acesso a mercados. Nesse contexto, o branding atua como ferramenta para traduzir e comunicar os atributos de origem, qualidade, tradição, inovação e sustentabilidade presentes nos produtos da bioeconomia, fortalecendo seu posicionamento competitivo e sua conexão com compradores e consumidores.

A relação com a bioeconomia é especialmente relevante, uma vez que muitos dos produtos originários da sociobiodiversidade brasileira possuem forte vínculo com o território, conhecimentos tradicionais, práticas sustentáveis de produção e geração de impacto socioeconômico local. A valorização desses diferenciais por meio do branding e das Indicações Geográficas contribui para ampliar o

reconhecimento dos produtos, fortalecer cadeias produtivas territoriais e ampliar oportunidades de mercado para pequenos negócios.

Público-alvo: Pequenos negócios da bioeconomia; Empreendimentos detentores ou vinculados a Indicações Geográficas; Marcas coletivas e organizações gestoras de ativos territoriais; Cooperativas, associações e organizações produtivas; Produtores rurais, agroindústrias, artesãos e empreendimentos da sociobiodiversidade; Pequenos negócios que utilizam origem, território, sustentabilidade e identidade cultural como estratégia de diferenciação; Empresas inseridas em cadeias produtivas sustentáveis e mercados diferenciados.

Sugestão de atuação:

- Diagnóstico de posicionamento de mercado, competitividade, diferenciação e maturidade comercial;
- Estruturação e fortalecimento de estratégias de branding territorial e posicionamento de mercado;
- Apoio à construção de narrativas de valor associadas à origem, território, tradição, sustentabilidade e sociobiodiversidade;
- Desenvolvimento ou fortalecimento de marcas coletivas, identidades territoriais e estratégias de comunicação para Indicações Geográficas;
- Qualificação dos empreendimentos para comunicação dos atributos de diferenciação junto aos mercados consumidores;
- Desenvolvimento de embalagens, materiais promocionais, experiências de marca e estratégias de valorização da origem;
- Apoio à implementação de mecanismos de certificação, rastreabilidade, sustentabilidade e atributos ESG;
- Conexão com compradores, redes de varejo, turismo, exportação, investidores, marketplaces especializados e mercados diferenciados;
- Participação em feiras, rodadas de negócios, missões empresariais, eventos de mercado e ações promocionais;
- Apoio à organização coletiva da oferta e ao fortalecimento da governança territorial das IGs e marcas coletivas;

- Promoção da sensibilização do consumidor sobre os atributos e diferenciais dos produtos vinculados à origem e à bioeconomia.

6.2. Carbono Social e Serviços Ambientais

Carbono Social e Serviços Ambientais compreendem modelos de negócio que geram valor econômico a partir da conservação da natureza, da recuperação ambiental, da redução de emissões de gases de efeito estufa e da manutenção dos serviços ecossistêmicos prestados pelos territórios. Além dos mercados de carbono, esse segmento abrange mecanismos de pagamento por serviços ambientais (PSA). Para os pequenos negócios, representam uma oportunidade crescente de geração de renda associada à conservação, à produção sustentável e à valorização dos ativos naturais.

Público-alvo: Associações e cooperativas comunitárias; Produtores rurais e agricultores familiares; Povos indígenas e comunidades tradicionais; Negócios comunitários da sociobiodiversidade.

Sugestão de atuação:

- Sensibilização sobre mercados de carbono, PSA e ativos ambientais;
- Diagnóstico da maturidade dos empreendimentos para participação em projetos de carbono e serviços ambientais;
- Estruturação de modelos de negócio associados à conservação e restauração;
- Apoio à organização produtiva de grupos comunitários para inserção em cadeias de serviços ambientais;

6.3. Mercado Digital

A ação de Mercado Digital busca ampliar o acesso dos pequenos negócios aos canais digitais de comercialização, fortalecendo sua presença online, sua capacidade de divulgação e a geração de vendas. Na bioeconomia, pode apoiar empreendimentos na valorização de produtos da sociobiodiversidade, na

comunicação de seus diferenciais e na conexão com novos consumidores e mercados.

Público-alvo: Pequenos negócios da bioeconomia, produtores rurais, artesãos, cooperativas, associações e organizações coletivas.

Sugestão de atuação:

- Diagnóstico de maturidade digital, que pode ser criado no portal de diagnóstico do Sebrae;
- Estruturação da presença digital do negócio;
- Capacitação para vendas em redes sociais, lojas virtuais e marketplaces;
- Apoio à produção de conteúdo, divulgação e posicionamento de marca;
- Orientação sobre precificação, logística, meios de pagamento e atendimento ao cliente;
- Conexão com plataformas digitais, parceiros e soluções do Sebrae.

6.4. Internacionalização com foco em Bioeconomia

A ação de Internacionalização busca ampliar o acesso dos pequenos negócios aos mercados internacionais, fortalecendo sua competitividade, aumentando oportunidades de negócios e promovendo sua inserção em cadeias globais de valor. Por meio de capacitações, consultorias, inteligência de mercado e ações de promoção comercial, o Sebrae apoia empresas em diferentes estágios da jornada de internacionalização, seja para exportar, importar, estabelecer parcerias internacionais ou expandir sua atuação para novos mercados.

Público-alvo: MPEs, produtores rurais, cooperativas e startups.

Sugestão de atuação:

- Agente de Mercado Internacional
- Eventos de negócios: rodadas de negócios e missões internacionais
- Fichas SEBRAETEC para Internacionalização
- PEIEX

6.5. Agente de mercado com foco em Bioeconomia

A atuação do Agente de Mercado busca apoiar os pequenos negócios na identificação de oportunidades comerciais, no acesso a novos canais de venda e na conexão com compradores, parceiros e mercados. Na bioeconomia, essa atuação pode contribuir para aproximar produtores, cooperativas e empreendimentos da sociobiodiversidade de empresas compradoras, varejistas, distribuidores e demais agentes do mercado.

Público-alvo: Pequenos negócios da bioeconomia, produtores rurais, cooperativas, associações, artesãos e organizações coletivas.

Sugestão de atuação:

- Diagnóstico comercial e de acesso a mercados;
- Identificação de oportunidades de venda e canais adequados;
- Preparação dos negócios para negociação com compradores;
- Apoio à adequação de produtos, embalagens, preços e apresentação comercial;
- Conexão com compradores, distribuidores e parceiros;
- Realização de rodadas de negócios, missões e encontros comerciais;
- Acompanhamento dos resultados e das oportunidades geradas.

6.6. Compras públicas com foco em Bioeconomia

A agenda de Compras Públicas do Sebrae tem como objetivo ampliar a participação dos pequenos negócios no mercado governamental, transformando o poder de compra do Estado em uma ferramenta de desenvolvimento econômico local.

Entre as principais iniciativas estão a promoção do tratamento diferenciado previsto na legislação para micro e pequenas empresas, o fortalecimento das compras locais, a qualificação de gestores públicos, a capacitação de fornecedores, o apoio à implementação de políticas de desenvolvimento territorial e a disseminação de plataformas como o Contrata+Brasil. O Sebrae também

desenvolve estudos, metodologias, conteúdos técnicos e ferramentas digitais para facilitar o acesso às oportunidades governamentais.

O resultado esperado é aumentar a competitividade das micro e pequenas empresas, fortalecer fornecedores locais, gerar emprego e renda nos municípios e ampliar o impacto das políticas públicas de desenvolvimento econômico em todo o país.

Na bioeconomia, a agenda de compras públicas pode identificar oportunidades de mercado para os empreendedores.

Sugestão de atuação:

- Identificação de oportunidades de mercado na plataforma Contrata + Brasil;
- Desenvolvimento de capacitações de compras governamentais com viés em bioeconomia;
- Capacitação de gestores públicos na agenda de bioeconomia.

6.7. Brasil BioMarket

A Loja Colaborativa do Sebrae – Brasil BioMarket – é um espaço estratégico que reúne pequenos negócios de todos os biomas brasileiros. A iniciativa é estruturada para promover e valorizar a identidade cultural e produtiva de cada território, conectando empreendedores apoiados pelo Sebrae a um público nacional e internacional.

Além de expor e comercializar produtos brasileiros de alta qualidade, a loja se propõe a destacar práticas sustentáveis e inovadoras, fomentar parcerias estratégicas e fortalecer a economia regional, gerando emprego, renda e visibilidade aos empreendimentos.

Público-alvo: Pequenos negócios, startups, cooperativas, agroindústrias, empreendimentos da sociobiodiversidade e empresas atendidas pelo Sebrae.

Sugestão de atuação:

- Estruturação de portfólio de produtos da bioeconomia;

- Implementação de loja em eventos locais;
- Fomento da participação de negócios locais em eventos externos ao estado.
- Promover experiências de mercado e aproximação com consumidores, por meio de degustações, demonstrações, exposições temáticas e ações de experimentação de produtos.
- Utilizar a Brasil BioMarket como ambiente de validação comercial, apoiando testes de mercado, avaliação da percepção dos consumidores e identificação de oportunidades para novos produtos e linhas de negócio.

6.8. Conexões corporativas com foco em Bioeconomia

Conexões Corporativas é a estratégia de relacionamento do SEBRAE com médias e grandes empresas para preparar os pequenos negócios para se diferenciarem nas cadeias de valor e mercados, conectando os pilares de competitividade, inovação e sustentabilidade.

A grande empresa funciona como a âncora das ações do Projeto, sendo os pequenos negócios o alvo das diversas ações estando, ao final do Programa, mais qualificados não somente para fornecerem à grande empresa âncora ou distribuírem seus produtos e/ou serviços, mas também para ampliar o seu potencial de crescimento, por meio do fornecimento dos seus produtos ou serviços a outros mercados.

Na bioeconomia, o Conexões pode apoiar na identificação de empresas âncoras que tenham em seus requisitos de mercado o desenvolvimento de soluções que dialoguem com a agenda da sociobiodiversidade, na comunicação de seus diferenciais e na conexão com novos consumidores e mercados.

Nesse contexto, destaca-se a estratégia de insetting, entendida como a realização de investimentos socioambientais e climáticos dentro das próprias cadeias de valor das empresas, promovendo a redução de riscos, o fortalecimento da resiliência produtiva, a rastreabilidade, a conservação da biodiversidade e a

geração de benefícios socioeconômicos nos territórios de origem dos insumos e matérias-primas.

Para o Sebrae, essa abordagem representa uma oportunidade de ampliar o papel do Conexões Corporativas como instrumento de articulação entre empresas âncoras, cadeias produtivas e territórios prioritários, promovendo simultaneamente competitividade empresarial, desenvolvimento territorial e geração de novas oportunidades econômicas relacionadas a carbono social, serviços ecossistêmicos, rastreabilidade, origem territorial e mercados ESG.

Público-alvo: Pequenos negócios da bioeconomia, cooperativas, associações, produtores rurais e empresas âncoras com metas relacionadas à sustentabilidade, descarbonização, biodiversidade, compras responsáveis e fortalecimento de cadeias produtivas.

Sugestão de atuação:

- Identificação de empresas âncoras cujas estratégias corporativas demandem investimentos em rastreabilidade, biodiversidade, carbono social, serviços ecossistêmicos e fortalecimento de cadeias sustentáveis.
- Mapeamento de territórios prioritários, cadeias produtivas e ativos territoriais com potencial para geração de valor compartilhado entre empresas, comunidades e pequenos negócios.
- Estruturação de programas de insetting voltados ao fortalecimento de cadeias da sociobiodiversidade, associando conservação, geração de renda e desenvolvimento de fornecedores.
- Desenvolvimento de projetos de Carbono Social e serviços ecossistêmicos alinhados às necessidades das empresas âncoras e aos objetivos de desenvolvimento dos territórios.

7. Capitalização e Serviços Financeiros

Programa vinculado: Conexões Financeiras

Objetivo: Criar, desenvolver e articular, com instituições nacionais e internacionais, a ampliação do acesso a recursos e serviços financeiros, de forma a contribuir para o empreendedorismo no Brasil.

7.1. Financiamento Verde e Sustentável para Pequenos Negócios

O Sebrae tem desenvolvido iniciativas estratégicas no campo do financiamento verde e sustentável para pequenos negócios alinhados à agenda de bioeconomia. Essas ações criam oportunidades para que os Sebrae estaduais estruturem projetos que se beneficiem do aumento recursos.

Três pilares de atuação que servem como base para projetos estaduais:

I. Produção de conteúdo especializado. Em 2025, a UCSF lançou o e-book "Financiamento Verde e Sustentável para Pequenos Negócios", desenvolvido em colaboração com instituições financeiras parceiras. O material aborda instrumentos financeiros, critérios de elegibilidade, impactos sociais e econômicos, além de mapear as principais linhas de crédito disponíveis em instituições como Banco do Brasil, Banco da Amazônia, BNDES, Caixa e Sicredi. Esse conteúdo pode ser adaptado e utilizado como base para ações de capacitação nos estados.

II. Instrumentos de garantia especializados. O FAMPE (Fundo de Aval para Micro e Pequenas Empresas) oferece a linha "Acredita Sustentabilidade", dedicada especificamente a garantir operações de crédito para financiamento verde e sustentável. Essa linha representa um mecanismo concreto de redução de risco para pequenos negócios que buscam investimentos em sustentabilidade.

III. Relacionamento com o sistema financeiro. A UCSF mantém contatos estabelecidos com bancos e fundos de investimento que podem ser

mobilizados para eventos, palestras e parcerias em iniciativas estaduais de promoção do financiamento verde e sustentável.

Sugestão de atuação:

Os Sebrae UF podem estruturar projetos que aproveitem esses pilares para ampliar o acesso de pequenos negócios ao financiamento sustentável. As iniciativas podem incluir:

- Capacitação de empreendedores sobre linhas de crédito verde e sustentável, utilizando o e-book como referência e adaptando-o à realidade estadual.
- Diagnósticos de demanda por financiamento sustentável em setores estratégicos da bioeconomia estadual.
- Articulação com bancos e fundos de investimento para apresentação de produtos e condições de financiamento.
- Promoção da linha "Acredita Sustentabilidade" do FAMPE junto a pequenos negócios com projetos de impacto ambiental e social.
- Desenvolvimento de estudos de caso sobre pequenos negócios que utilizaram financiamento verde, gerando evidências de viabilidade e impacto.

8. Empreendedorismo Feminino, Diversidade e Inclusão

Programa vinculado: Plural

Objetivo: Promover o empreendedorismo como mecanismo de transformação social ao ampliar os negócios liderados por pessoas de grupos sub-representados na sociedade, promovendo igualdade de oportunidade, diversidade e inclusão, por meio de relacionamento acolhedor, inclusivo e plural.

8.1. Plataforma Crescimento Sustentável – Selo ESG Sebrae

O Projeto Crescimento Sustentável potencializa a iniciativa Mercado Digital com foco em Bioeconomia ao preparar os pequenos negócios para atender às novas exigências do mercado por meio de uma jornada prática de sustentabilidade.

A partir do diagnóstico ESG, a plataforma identifica oportunidades de melhoria relacionadas à gestão do negócio, valorização da origem dos produtos, comunicação de impacto socioambiental e fortalecimento da governança. Com base nesses resultados, os empreendedores recebem recomendações personalizadas e são direcionados para soluções do Sebrae que apoiam sua estruturação digital, acesso a mercados e desenvolvimento empresarial.

Público-alvo: MEI, ME e EPP

Além disso, a Jornada de Marketing e Vendas da Plataforma Crescimento Sustentável fortalece a estratégia comercial dos empreendimentos ao apoiar a construção de uma marca mais competitiva, comunicar os diferenciais socioambientais dos produtos e ampliar o relacionamento com clientes e mercados. A jornada oferece orientações práticas para aprimorar o posicionamento do negócio, identificar oportunidades de mercado e acessar soluções do Sebrae voltadas à promoção comercial, marketing e vendas, contribuindo para aumentar a visibilidade, a geração de valor e a competitividade dos negócios da bioeconomia.