



PROGRAMA  
DE ACELERAÇÃO

**PPA**

**RELATÓRIO DE IMPACTO 2020**





PROGRAMA  
DE ACELERAÇÃO

**PPA**

# RELATÓRIO DE IMPACTO 2020

03	carta de apresentação
09	introdução
12	a pandemia e o desafio da resiliência
17	impacto
23	evolução do programa de aceleração
27	jornada de aceleração 2020
39	teoria de mudança
41	visibilidade e futuros
45	visão do portfólio de negócios investidos
83	créditos

# carta de abertura



O ano de 2020 foi intenso em muitos sentidos. A pandemia de Covid-19 se alastrou como fogo e trouxe consequências econômicas, políticas, comerciais e de saúde para todos. Mais uma vez a Amazônia se viu no centro do furacão, em meio ao colapso do sistema de saúde, do surgimento de uma nova variante do vírus e do aumento brutal dos desmatamentos e queimadas que afetam profundamente a economia brasileira e nossas relações internacionais.

No cerne dessa crise estão o desequilíbrio da relação entre o ser humano e os ecossistemas naturais, a desigualdade social e econômica, seja entre países ou entre regiões ou pessoas dentro de um mesmo país.

Esforços foram feitos em diversas frentes de governo, pelo setor privado, indivíduos e organizações da sociedade civil para combater a pandemia e mitigar seus efeitos sobre a população.

Os Negócios de Impacto Socioambiental (NIS) também foram muito afetados e se

destacaram na busca por soluções inovadoras para uma recuperação econômica mais verde e igualitária. Esse é um movimento que vem ganhando força no Brasil na última década e meia e busca usar a capacidade inovadora e de escala dos modelos de negócios para endereçar os desafios sociais e ambientais que enfrentamos.

A construção e o fortalecimento de um ecossistema de impacto na Amazônia são o objetivo do Programa de Aceleração e Investimento de Impacto da Plataforma Parceiros pela Amazônia, desde 2018.

A pandemia impôs desafios adicionais ao Programa e tornou ainda mais evidentes os contrastes da região, mas também intensificou os aprendizados e demonstrou como alguns negócios apoiados podem contribuir para preencher essas lacunas.

Um exemplo é a NavegAM, que promove a integração entre os modais fluvial e rodoviário para transporte de pessoas e cargas. Em 2020, a empresa viu a demanda por transporte de cargas disparar e sua





Rodada de negócios realizada em 2019

solução - que aumenta a previsibilidade de serviços logísticos em cidades do interior - se tornar fundamental para que as pessoas pudessem ficar em suas comunidades sem abrir mão do acesso a bens essenciais.

As restrições de mobilidade, cujos objetivos são preservar a saúde e a vida das populações mais vulneráveis da região, inviabilizaram a operação de empreendimentos que dependem da presença física para ministrar treinamentos, coletar produtos e estreitar laços de confiança com comunidades indígenas e ribeirinhas.

Alguns desses negócios, como o turismo indígena de base comunitária das Serras Guerreiras de Tapuruquara, tiveram suas atividades completamente suspensas, e outros, como a Academia Amazônia Ensina, que atua com turismo de experiência na região, se reinventaram, buscando soluções online para seguir gerando valor aos clientes nesse novo contexto.

Os desafios de conectividade à internet e de fluência digital de grupos que vivem distantes dos grandes centros urbanos tornaram a comunicação ainda mais difícil. Em outros casos, a pandemia estimulou um maior engajamento com a comunicação digital por aqueles que ainda a viam com reservas, como os agricultores familiares apoiados pela ManejeBem.

Em ao menos sete casos, os empreendedores, suas equipes ou suas famílias foram contaminados pelo vírus e alguns sofreram perdas<sup>1</sup>. A equipe que presta suporte aos

<sup>1</sup> 100% Amazônia (equipe), NavegAM (empreendedor), Cacauway (equipe), ONF (equipe), Taberna (família e empreendedora), Coex Carajás (cooperados), Coopmel (cooperados).

empreendedores no Programa de Aceleração se desdobrou para acolher seus desafios e buscar soluções para mantê-los sãos e engajados com as atividades do Programa.

Workshop de  
aceleração  
realizado em  
fevereiro de 2020

Houve transição para um modelo de jornada de aceleração digital, adaptando capacidades e mentorias. Recursos emergen-




Foto: Idesam

ciais para lidar com a crise imposta pela pandemia foram disponibilizados para oito empreendimentos, totalizando R\$166 mil.

Os empreendedores e empreendedoras reconheceram amplamente o cuidado que a equipe do Programa teve com sua saúde física e mental e com os efeitos da pandemia sobre eles como indivíduos, não apenas como gestores de negócios.

Nossos financiadores - Fundo Vale, ICE, Instituto humanize, iCS e USAID/CIAT - foram flexíveis em relação ao aporte e realocação de recursos para o plano emergencial frente à covid-19. Em uma das ações do plano, por exemplo, foram destinados R\$ 156.500,00 em capital de giro para oito empresas aceleradas (turmas 2019 e 2020).

Novos parceiros se juntaram ao Programa para fortalecer esses empreendimentos e apoiá-los com conhecimento, acesso a mercados e recursos financeiros. Para isso, junto com a Climate Ventures e diversos parceiros criamos o movimento #AmazôniaEmCasaFlorestaEmPé (página 31), que



apoiou a recuperação de vendas, ações de divulgação e ampliou fortemente a conexão e mercados para diversas empresas de nosso portfólio. Estabelecemos uma parceria estratégica com o Mercado Livre que, por meio de seu programa Empreender com Impacto, capacitou empreendedores a abrirem e operarem suas lojas na plataforma e a conquistarem novos mercados, além de contribuir com condições acessíveis para vendas e na divulgação das marcas.

Em alguns casos, como o da Tucum, que capacita artesãs e artesãos indígenas e comercializa seus produtos de forma responsável, essa transição conseguiu compensar as perdas com vendas em lojas físicas. Aproveitando o impulso de desenhar uma capacitação online para lideranças indígenas, a Tucum decidiu dar mais um passo em direção à sua missão de fortalecer a autonomia dessas comunidades e os apoiou na criação de lojas próprias em um marketplace digital. Dessa forma, as comunidades passam a gerir suas vendas online diretamente, encurtando a distância entre artesãos e consumidores.

A Manioca, que como os demais negócios teve queda no faturamento por causa da pandemia, registrou um aumento de vendas de 273% no último trimestre de 2020, muito devido à implementação de vendas online iniciada com a participação no movimento Amazônia em casa, Floresta em pé - que correspondem hoje a cerca de 20% do faturamento da empresa. E recebeu investimento de R\$ 1 milhão do Fundo ABF. Do mesmo modo, a Peabiru Produtos da Floresta teve suas vendas ampliadas em quase 100% via Mercado Livre.

Na longa jornada de adaptação ao panorama da covid-19, os desafios foram muitos e os aprendizados ainda maiores. O Programa de Aceleração, após dois anos de atuação com negócios de impacto na Amazônia, deu mais um passo. Surge a AMAZ aceleradora de impacto, uma spin-off do Programa de Aceleração da PPA, fruto de todo esse caminho trilhado junto a investidores, parceiros e negócios da floresta.

**Boa leitura!**

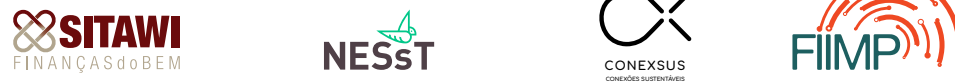
INSTITUIÇÕES DO GT EMPREENDEDORISMO



APOIO ESTRATÉGICO/INVESTIDORES



ACELERADORAS E INVESTIDORES PRIVADOS



PARCEIROS DO PROGRAMA DE ACELERAÇÃO



# introdução

O Programa de Aceleração da PPA teve início em 2018 e, desde então, selecionou e acelerou 30 empreendimentos de impacto, dos quais 12 receberam investimentos diretos que totalizaram R\$ 4.430.901,80.

Ao longo de dois ciclos de aceleração, cada um com 15 negócios, foi possível entender quais modelos de negócios apresentavam maior potencial de contribuir para a conservação da floresta e para a qualidade de vida dos povos que a habitam, e que poderiam se beneficiar de um processo de aceleração e conexão com investidores.

Apesar dos desafios de 2020, os negócios apoiados geraram benefícios para mais de 12 mil pessoas na região e contribuíram para a preservação de mais de 5 milhões de hectares de floresta, ainda que 48,65% deles de forma indireta.

O ano de 2020, como não poderia deixar de ser, também apresentou desafios adicionais à coleta de dados sobre os negócios apoiados. O foco dos empreendedores e,

consequentemente, da nossa equipe, esteve em garantir a segurança dos colaboradores, das populações apoiadas e a resiliência dos empreendimentos.

Por isso, as análises apresentadas são baseadas em diferentes amostras do portfólio, que variam de acordo com o nível de relacionamento na empresa (acelerada ou investida) e a disponibilidade de informações. Os casos em que a amostra equivale a menos de dois terços dos negócios apoiados estão devidamente assinalados.

A rede de parcerias estabelecidas entre os negócios em 2020, envolvendo 13 deles, foi fundamental para fortalecer o Programa e os negócios acelerados<sup>2</sup>. Além da rede de organizações e empresas no movimento Amazônia em casa, Floresta em pé.

<sup>2</sup> Da Tribu com Awí e Peabiru  
ONF com Instituto Ouro Verde  
Serras Guerreiras com Tucum  
100% Amazônia com De Mendes  
Sustente com Awí e Ração+  
IOV com Tucum, Seringô e Da Tribu  
Cacauway com Manioca  
Peabiru com Cacauway, Oka, De Mendes, Manioca e Da Tribu  
Taberna com Nakau  
Manioca com Cacauway, Nakau, 100% Amazônia, Peabiru  
Onisafra com Nakau e NavegAM

Contar com esses parceiros e atuar junto a uma rede de empreendedores que têm um propósito comum e enfrentam desafios semelhantes é um fator que agrega valor ao Programa de Aceleração, segundo quase todos os empreendedores, e foi um apoio importante para superar os desafios no último ano.

Nas próximas páginas, apresentamos, de forma agregada, os principais resultados globais alcançados pelo grupo de negócios acelerados, nos aprofundamos nos negócios investidos - que integram o portfólio - e discutimos os aprendizados mais relevantes da jornada.

## portfólio de negócios

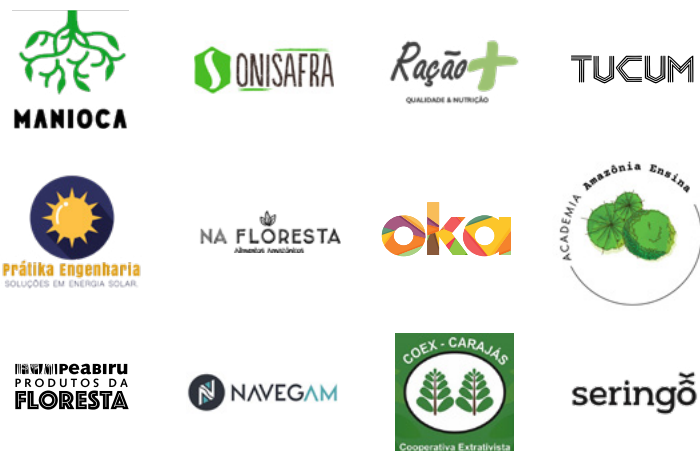
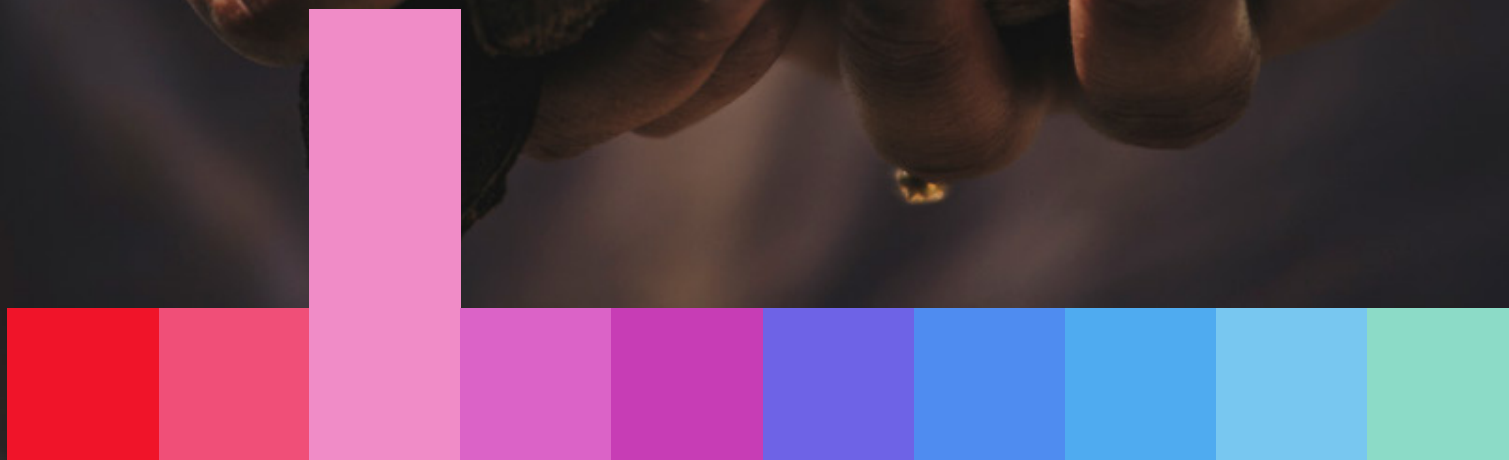


Foto: Claus Ronan

# a pandemia e o desafio da resiliência



**A** pandemia de Covid-19 afetou os negócios apoiados em pelo menos cinco maneiras:

- Suspensão das operações por risco sanitário ou restrições de mobilidade;
- Perda de mercado e queda brusca no faturamento;
- Ajustes na operação ou na solução
- Reinvenção ou antecipação de novos produtos;
- Aumento na demanda por sua solução.

Metade dos negócios apoiados se viu obrigado a suspender as operações durante parte do ano, devido a restrições sanitárias e de mobilidade. Na maioria dos casos, os períodos foram curtos e devidos a restrições de mobilidade ou à contaminação de algum membro da equipe.

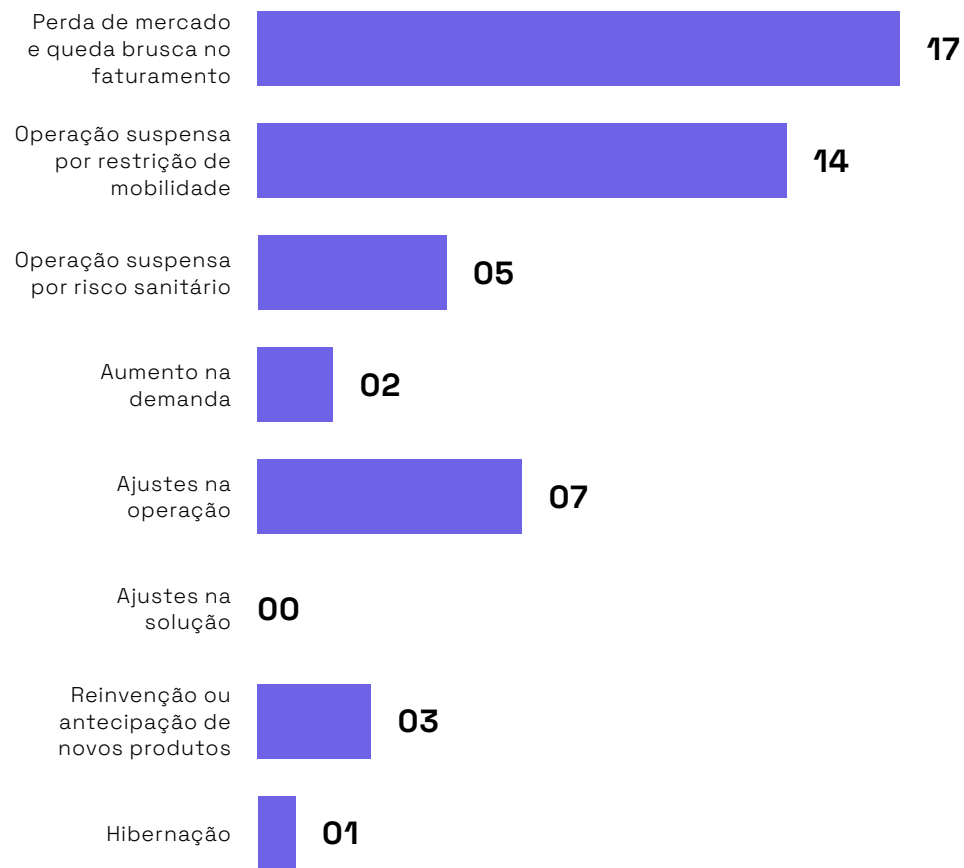
Para um dos negócios, no entanto, a necessidade de pausa foi fatal. A Sustente Ecosoluções, acelerada pelo programa em 2019, estava prestes a iniciar a operação

de processamento de resíduos alimentares com larvas de moscas soldado para a produção de adubo quando a pandemia chegou a Manaus.

A empresa havia investido em maquinário e no desenvolvimento de matrizes de larvas e fechou o primeiro contrato com um refeitório industrial na mesma semana em que a quarentena foi anunciada, em março de 2020. Nesse novo contexto, expor seus funcionários a alimentos pós-consumo representava um risco sanitário muito elevado. Após meses de incerteza, prejuízo financeiro e a perda das matrizes, o negócio foi obrigado a encerrar definitivamente as operações.

O encerramento de um negócio de impacto sempre acarreta frustração e alguma tristeza para os empreendedores e quem os apoia. No entanto, sabemos que o fracasso é parte da jornada empreendedora e acomete mais negócios do que gostaríamos todos os anos. Por essa perspectiva,

## Como o negócio foi afetado pela pandemia<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Análise feita com base nas entrevistas realizadas com os negócios

é louvável que apenas um negócio apoiado tenha sucumbido à pandemia da COVID-19. Um segundo negócio, Broto, acelerado em 2019, também encerrou suas atividades, mas por outras razões que não a pandemia. Outros 14 empreendimentos que suspenderam as operações conseguiram retomá-las e seguem avançando no ritmo que a pandemia permite.

Dezessete negócios viram seu mercado diminuir drasticamente e o faturamento cair. Na maioria dos casos, isso se deveu a restrições impostas ao principal canal de distribuição (fechamento de lojas físicas e restaurantes, por exemplo). Vários deles conseguiram se adequar a novos canais, como as vendas online, com apoio do Programa e seus parceiros. Sete negócios fizeram ajustes na forma como produzem e entregam suas soluções e, com isso, foram capazes de continuar operando.

A CODAEMJ, por exemplo, que produz óleo de andiroba e manteiga de murumuru em Carauari (AM), fez um acordo com seus cooperados para que deixassem as semen-



tes ensacadas na margem do rio para serem retiradas pela equipe da cooperativa, ao invés de entregá-las pessoalmente. Com isso, conseguiram proteger as famílias mais isoladas e vulneráveis, ao mesmo tempo em que mantiveram a produção durante ao menos parte do ano.

Outros dois negócios tiveram que repensar a forma como geram impacto e entregam valor a seus clientes, seja criando novas soluções ou antecipando o desenvolvimento de novos produtos ou serviços que já estavam no radar.

A Manaós Tech, por exemplo, oferece cursos de tecnologia para crianças e adolescentes em Manaus e migrou para um modelo de ensino à distância, ainda que com índices significativos de evasão. Além disso, a empresa mobilizou seus alunos para um hackathon digital de soluções para a Covid-19 e engajou a equipe na produção de EPIs, dos quais 40% foram doados para hospitais e o restante, vendidos a empresas da região. Essa iniciativa conseguiu

manter o caixa da empresa em 2020, bem como mitigar os efeitos da pandemia sobre a saúde mental da equipe e aumentar seu envolvimento com o negócio.

A Academia Amazônia Ensina, por outro lado, prepara estudantes, empreendedores e investidores para os desafios sociais, ambientais e econômicos do século XXI e tem como principal produto uma expedição de oito dias pelo Rio Negro. Diante da impossibilidade de seguir com essa atividade, os empreendedores recorreram a webinars e ao lançamento de um documentário, que contribuem para a formação do público sobre os temas anteriormente abordados na expedição e podem se converter em novas possibilidades de receita e escala para o empreendimento.

Dois negócios viram a demanda por suas soluções crescer durante a pandemia, o que reforça a importância dos negócios de impacto no combate à Covid-19 e seus efeitos. O transporte fluvial e terrestre de cargas disparou no Amazonas, bem como

## Os negócios e a pandemia

**2** negócios tiveram aumento de demanda de serviços

**14** negócios afetados conseguiram retomar ações

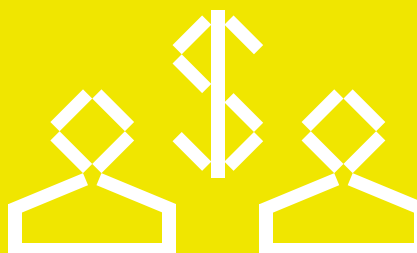
**7** negócios fizeram ajustes na operação

**3** negócios repensaram a forma de gerar impacto

**1** negócio teve as atividades suspensas pelo isolamento social imposto

**1** negócio encerrou atividades por causa da pandemia

**1** negócio não estava em operação por razões anteriores à pandemia



o interesse dos barqueiros em se digitalizar, permitindo que a NavegAM facilitasse o acesso a bens e serviços essenciais para quem mora no interior do estado.

Da mesma forma, a ManejeBem, que apoia agricultores familiares com serviços de extensão rural online, percebeu um aumento na demanda e no uso de sua plataforma, seja por parte dos agricultores, que passaram a usar mais a comunicação digital, seja por parte das grandes empresas que contratam sua solução e para quem as cadeias de suprimentos locais, especialmente de alimentos, ganharam nova importância com a pandemia.

Por fim, dois negócios (turma 2019) não foram diretamente afetados pela crise imposta pela Covid-19, pois não estavam em operação. A Ecopainéis de Açaí está captando investimentos para sua fábrica de painéis de MDF sustentáveis, usando como matéria prima as fibras do caroço de açaí. E a Broto encerrou suas operações no início de 2020, antes da pandemia chegar ao Brasil, por desafios societários.



# impacto



**A**o longo de 2020, os negócios acelerados pelo Programa impactaram a vida de mais de 12 mil pessoas na Amazônia<sup>4</sup>, cerca de 50% das quais são mulheres. Os 12 negócios investidos foram responsáveis por 39% do total de pessoas impactadas e por 60% das mulheres.

A desagregação das pessoas impactadas em populações indígenas e quilombolas é pouco precisa<sup>5</sup>, mas podemos afirmar que ao menos 4 mil indígenas e 230 quilombolas, além de 3.400 pessoas de comunidades rurais ou ribeirinhas, tiveram suas vidas melhoradas devido às ações dos empreendimentos apoiados em 2020.

<sup>4</sup> Um dos negócios acelerados, a ManejeBem, impacta a vida de mais de 400.000 famílias pelo Brasil, porém sua presença na Amazônia é mínima e foi retardada pela pandemia. Por isso, esse número não foi considerado parte do impacto do Programa.

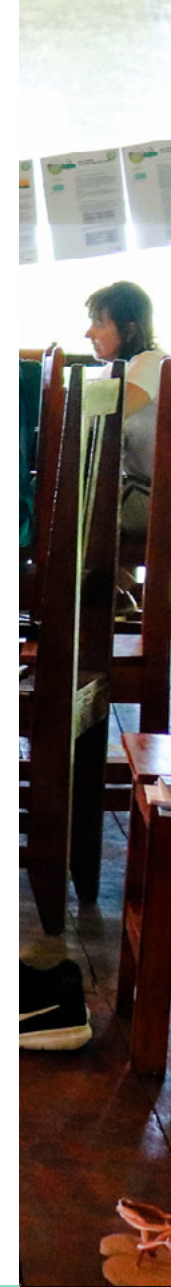
<sup>5</sup> Poucos negócios reportaram seus dados de forma desagregada, o que não permite uma análise ampla. No entanto, alguns negócios têm sua estratégia direcionada especificamente para algumas dessas comunidades e apresentaram os dados com precisão suficiente para que fizéssemos a análise apresentada aqui.

## Os negócios investidos foram responsáveis por

**84%** do impacto em populações indígenas

**100%** do impacto em populações quilombolas

**16%** do impacto em comunidades rurais ou ribeirinhas

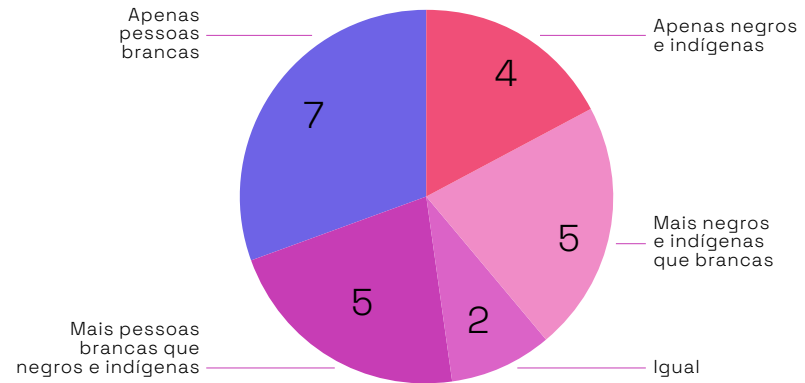


Alguns negócios contribuem expressivamente com o desenvolvimento de populações específicas, como a Tucum, que responde por 59% dos indígenas impactados, e a CODAEMJ, com 70% das populações rurais ou ribeirinhas.

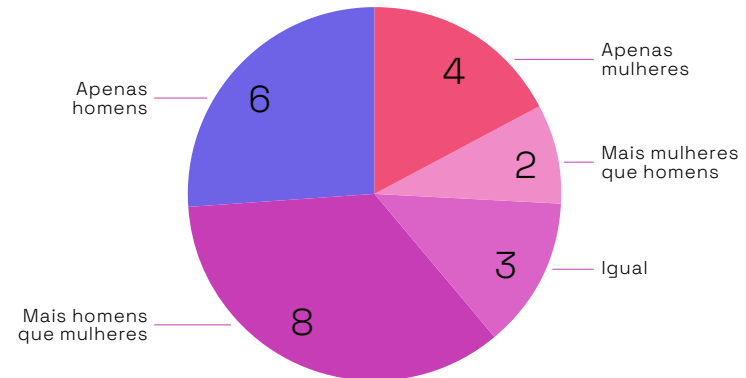
Além das populações impactadas pela operação dos negócios, a própria composição do time empreendedor pode representar um impacto importante. Os empreendimentos apoiados pelo Programa de Aceleração são liderados majoritariamente ou exclusivamente por homens (60%). As mulheres são maioria ou ocupam toda a liderança em apenas 26% dos casos. O número de homens e mulheres na liderança é igual em 13% dos negócios.

Disparidade semelhante se observa no quesito raça, com 52% dos negócios liderados exclusiva ou majoritariamente por pessoas brancas, ao passo que 39% são liderados exclusiva ou majoritariamente por pessoas não-brancas (pretas, pardas ou indígenas). Em 9% dos casos, o número de pessoas brancas e não-brancas na liderança é igual.

## Raça na liderança



## Gênero na liderança



Em termos ambientais, o Programa contribuiu em 2020 para a preservação de 5 milhões de hectares de floresta, sendo 319 mil sob manejo sustentável e 418 restaurados ou reflorestados.

Consideramos que o impacto é indireto<sup>6</sup> em 92,98% do total de hectares, preservados pelos empreendimentos Tucum, Serras Guerreiras de Tapuruquara e Coex Carajás. O primeiro capacita artesãs e artesãos indígenas para comercializarem seus produtos de forma justa, em mercados exigentes e, recentemente, pela internet<sup>7</sup>. O segundo trabalha com turismo de base comunitária,

**6** Consideramos que um negócio tem impacto direto na preservação quando é proprietário da área preservada e indireto quando a área preservada é de parceiros ou fornecedores do negócio.

**7** A Tucum contabiliza o número de hectares preservados a partir da proporção de artesãos dentre a população que ocupa cada Terra Indígena ou Unidade de Conservação. Se, por exemplo, 15% da população de determinada Terra Indígena pratica o artesanato e comercializa pela plataforma da Tucum, são contabilizados como área preservada 15% dos hectares daquela Terra Indígena. Como em geral essas populações também têm outras fontes de renda, consideramos que o impacto ambiental nos mais de 2,2 milhões de hectares abrangidos pela empresa é indireto.

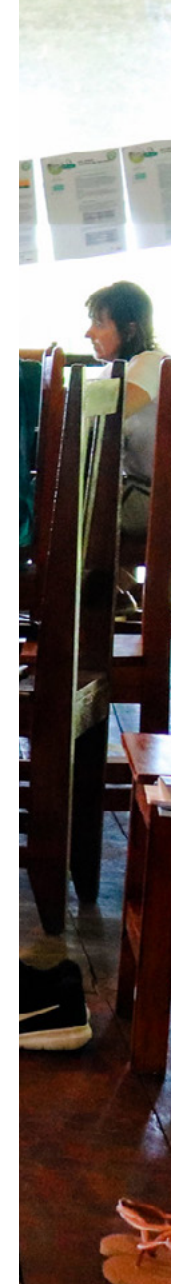
que valoriza o modo de vida de povos originários e gera um complemento de renda importante para comunidades indígenas<sup>8</sup>. O terceiro é a única cooperativa que explora legalmente, de forma sustentável, os recursos da Floresta Nacional de Carajás, por meio da coleta de sementes para reflorestamento e da folha do jaborandi, vendida para a indústria farmacêutica<sup>9</sup>.

Os negócios que receberam investimento respondem por 53% do total de hectares preservados, 6% dos hectares restaurados e 3% da área sob manejo.

Há contribuições expressivas de negócios específicos, sendo que dois deles que trabalham com populações indígenas – Tucum

**8** As populações que habitam os mais de 2 milhões de hectares das terras indígenas afetadas pelo projeto Serras Guerreiras de Tapuruquara têm fontes de renda e de subsistência diversificadas, o que significa que o empreendimento é apenas um dos fatores que contribui para a preservação da área.

**9** Da mesma forma, as atividades da COEX Carajás não são a única fonte de renda de seus cooperados, tampouco cobrem toda a extensão da FLONA, por isso consideramos seu impacto na preservação como indireto.

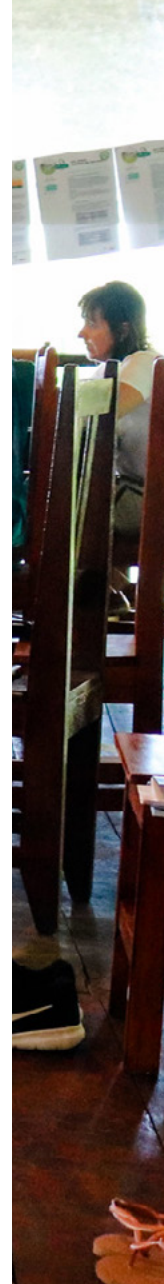
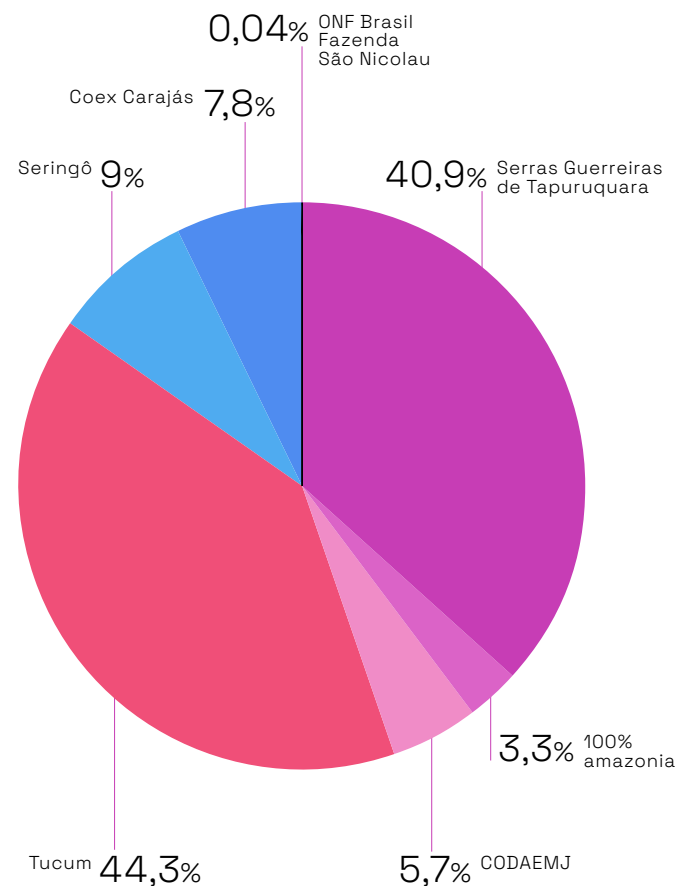


e Serras Guerreiras de Tapuruquara - respondem por 85% do total de hectares preservados, equivalente às terras indígenas das populações com que trabalham.

A CODAEMJ responde por 90% dos hectares sob manejo, e a Cacauway por 72% dos hectares restaurados ou reflorestados.

É importante ressaltar que os números referentes a preservação de florestas foram reportados por poucos empreendimentos (entre oito e 12 respostas), o que se deve ao fato de muitos negócios apoiados gerarem impacto direto apenas em aspectos sociais e terem dificuldade em estimar o impacto ambiental indireto de suas intervenções.

## Hectares preservados por negócio (valores em porcentagem)



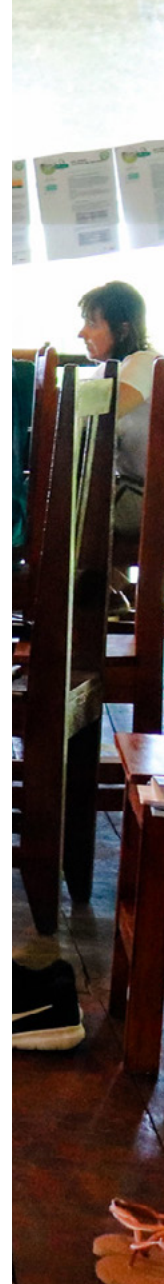
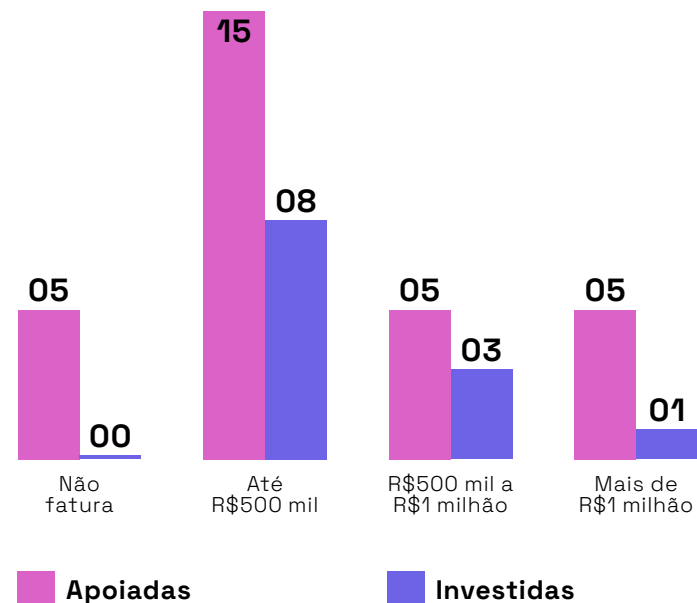
## finanças

Os negócios de impacto socioambiental apoiados pelo Programa de Aceleração tiveram um faturamento agregado em 2020 de R\$1.047 bilhão de reais. Importante ressaltar que a 100% Amazônia, uma empresa estabelecida, que trabalha com a exportação de ativos amazônicos extraídos de forma sustentável que participou da primeira turma acelerada pelo programa, responde por 98% desse faturamento. Excluindo-se esse negócio, o faturamento total fica em R\$18 milhões, dos quais 26% foram gerados pelos 12 negócios que receberam investimentos do Programa e seus parceiros.

O faturamento agregado dos 30 negócios acelerados teve um crescimento de 59% entre 2019 e 2020, o que é excelente para um ano tão desafiador. Variações expressivas vieram da ManejeBem (372%), que viu a demanda por sua solução disparar, e da ONF Brasil (249%), que abriu uma nova frente de faturamento em 2020 ao ingressar no mercado de créditos de carbono.

Os 12 negócios investidos apresentaram um crescimento ainda mais expressivo, de 61%, com menores variações entre eles. Seis deles pediram para renegociar o cronograma de pagamentos, com foco na extensão da carência.

### Faturamento 2020



# evolução do programa de aceleração

## MODELO C

### CAPACIDADE ORGANIZACIONAL

#### equipe

RESERVA ADM  
- PESSOAS  
- ORÇAMENTO  
- ESTRUTURA

#### parceiros

REDES  
- PPA  
- ORÇAMENTO  
- ESTRUTURA

#### custos

RII  
- LOGÍSTICA  
- IMPRINTOS

#### atividades-chave

RECURSOS  
- HUMANOS  
- MATERIAIS  
- TECNOLÓGICOS

#### fontes

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### proposta de valor

CLIENTES  
- INTERIORES  
- EXTERIORES

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

#### canais

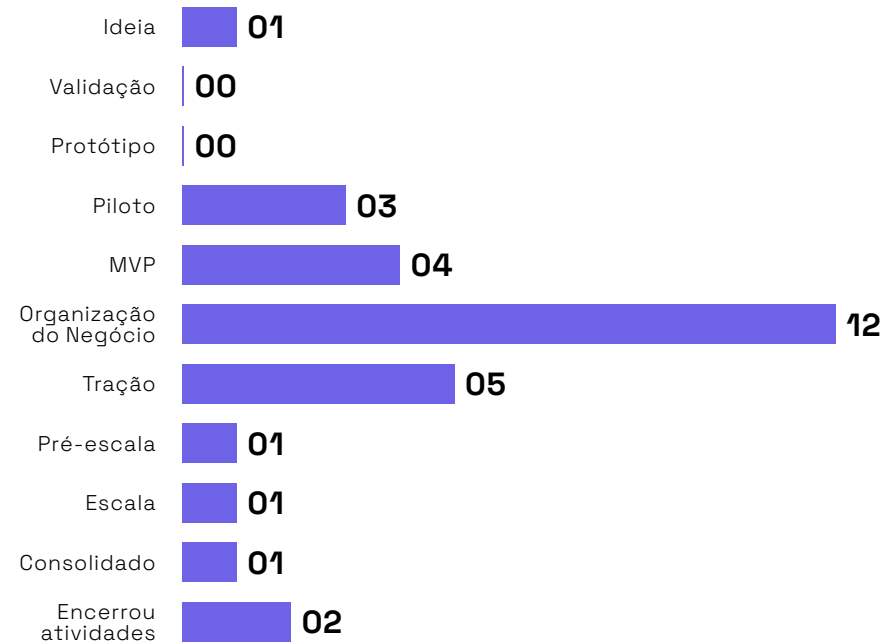
COMUNICACÃO  
E MARKETING  
TAXA DE CONSULTORIA

Uma lição corriqueira em qualquer cartilha de empreendedorismo é: desenvolva as hipóteses sobre a efetividade de seu produto e seu mercado da forma mais rápida, barata e exaustiva que puder.

Seguindo essa máxima, ainda em 2018, logo após fundação da PPA junto com a USAID e o grupo pioneiro de empresas fundadoras, ainda como coordenador executivo, o Ide-sam encarou o desafio de criar um programa de aceleração inovador e sem precedentes na Amazônia. O objetivo era identificar, apoiar e investir em negócios que iriam construir uma nova economia baseada na valorização da floresta em pé e com a valorização da sociobiodiversidade amazônica.

Ao apoiar esses empreendimentos - que na prática nos ajudaram a construir o programa “sob encomenda” - nos deparamos com nosso primeiro grande teste: descobrir qual o melhor modelo de aceleração e investimento de impacto para o contexto amazônico e quais as características dos negócios que mais se beneficiariam desse tipo de apoio.

## Estágio de desenvolvimento dos negócios



Para responder a essas perguntas, foi composto, ao longo de dois anos, um portfólio de aceleração diverso em termos de maturidade dos negócios, perfil dos empreendedores, setores e localização. Os aprendizados e adaptações foram constantes, bem como a busca de soluções para atender às demandas apresentadas pelas empreendedoras e empreendedores apoiados.

Nesse grupo, há representantes de quase todos os estágios de maturidade entre os negócios acelerados, desde aqueles que ainda estão na fase de ideia até os que já estão consolidados ou que fecharam as portas. A maior concentração está entre os estágios de MVP (produto mínimo viável, em inglês) e tração, com destaque para a fase de organização do negócio, com 12 empreendimentos.

Há diversidade também nos produtos e serviços ofertados pelos negócios apoiados, que abrangem 14 setores, com concentração expressiva no setor de alimentos e bebidas e, em menor número, agropecuária. A maioria dos negócios está sediada nos estados do Pará (13) e Amazonas (12), ainda que diversos deles operem em outros estados.

Também há negócios apoiados sediados nos estados de Mato Grosso (2), Rio de Janeiro (2) e Santa Catarina (1). Seguindo a lógica do aprendizado pela experimentação, o edital que selecionou negócios para serem apoiados em 2020 contemplou aqueles sediados fora da região, desde que se comprometessem a “migrar” suas operações para a Amazônia legal em um prazo de seis meses<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Com a incidência da pandemia de Covid-19, essa exigência foi suspensa.

A distribuição entre capital e interior dos respectivos estados é precisa, com 15 negócios sediados em capitais e outros 15 em cidades do interior. Todos os negócios sediados no interior estão na região amazônica, nos estados do Amazonas, Pará e Mato Grosso.

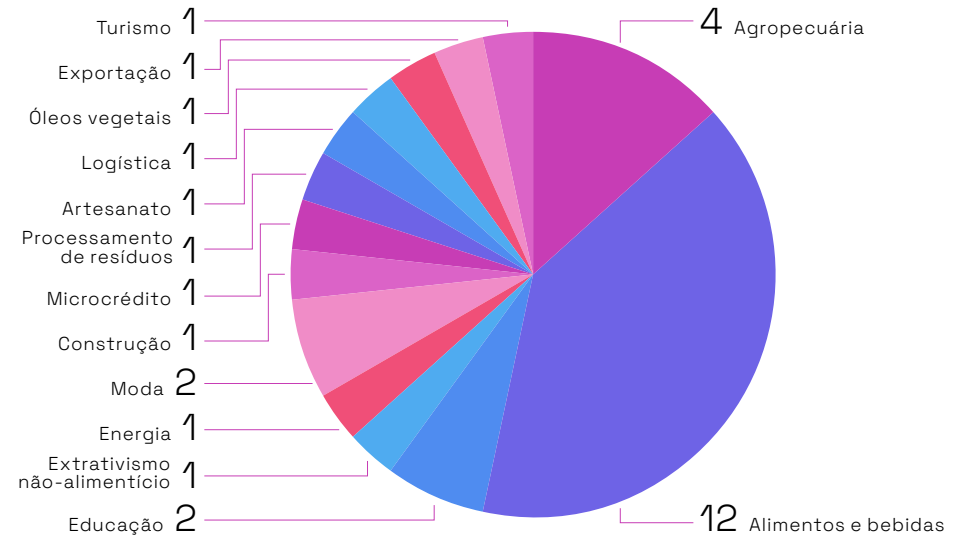


A diversidade em diferentes aspectos foi fundamental para maximizar os aprendizados do Programa a respeito de como cada perfil de negócio e empreendedor pode se beneficiar de diferentes estratégias de apoio.

Inovações que foram implementadas durante o voo incluem os investimentos feitos em diferentes formatos, por parceiros filantrópicos, de cooperação internacional e de varejo (crowdfunding ou empréstimo coletivo), o reforço nas mentorias e, como resposta à pandemia, o aporte de recurso emergencial não-reembolsável, a migração para o formato de jornada online e a parceria com o Mercado Livre para buscar canais alternativos de comercialização.

Além de gerar muitos aprendizados, o Programa conseguiu resultados importantes em boa parte das metas definidas em sua Teoria de Mudança de 2019. Os destaques são o atingimento de 101% da meta de 5 milhões de hectares conservados, tendo chegado a 5.030.961 (ainda que 48,65% deles sejam impacto indireto, como mencionado anteriormente), e a superação em 24% da meta de 10 mil famílias beneficiadas, mesmo quando se exclui a ManejeBem, que impacta sozinha mais de 400 mil pessoas, porém em sua imensa maioria fora da região amazônica.

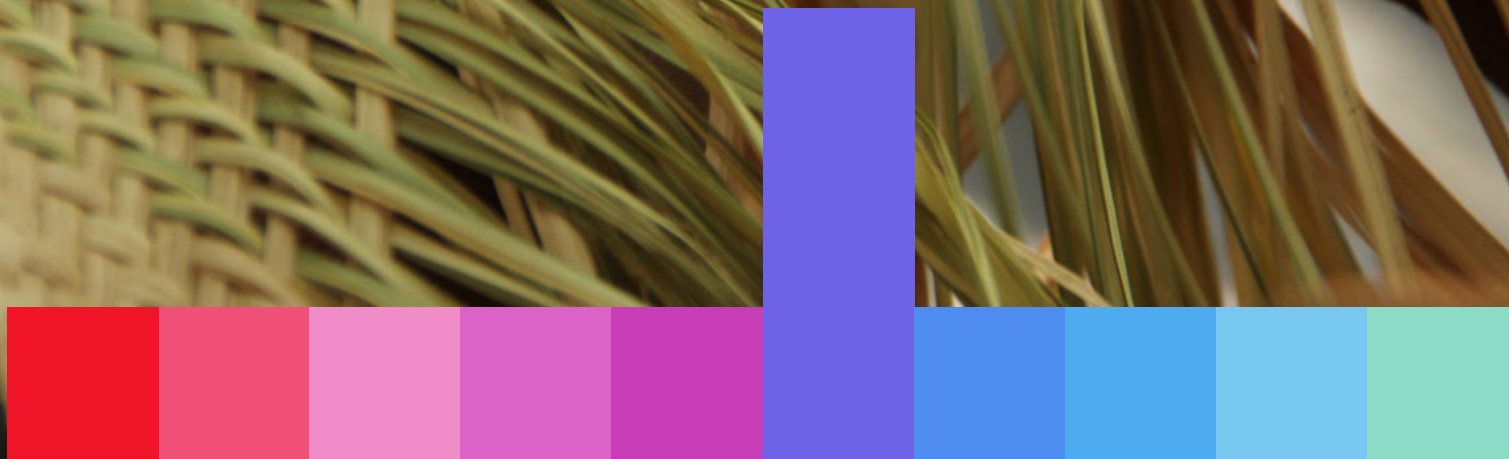
## Setores



### Percentual de Atingimento das Metas do Programa

5 milhões de hectares de floresta conservados	<b>101%</b>
R\$40 milhões investidos	<b>5%</b>
10 mil famílias beneficiadas (exclui outlier)	<b>124%</b>
50 negócios apoiados	<b>60%</b>

# jornada de aceleração 2020

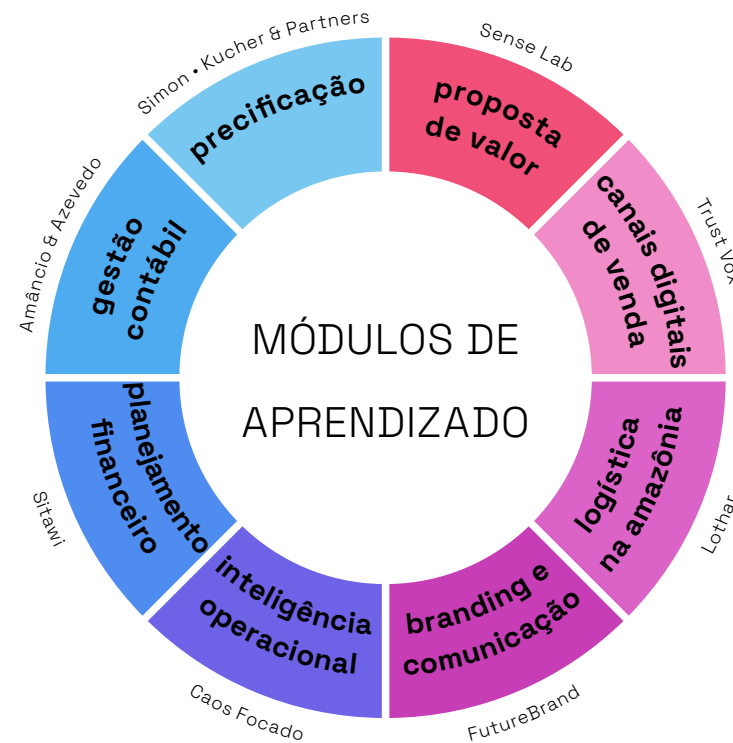


**P**ara dar suporte aos empreendedores e empreendedoras acelerados em 2020, o Programa de Aceleração redesenhou sua jornada com os negócios, e passou a operar virtualmente.

O primeiro webinar, realizado presencialmente com a turma de 2020 durante cinco dias de imersão em Manaus, possibilitou uma grande conexão entre os empreendedores do grupo acelerado e o avanço no desenho da Teoria da Mudança e da matriz de indicadores de cada negócio.

Com a chegada da pandemia, o programa se converteu em nova metodologia de módulos digitais, rodas de conexão e mentorias individualizadas, ampliando a formação e o suporte do Programa por mais meses do que originalmente planejado.

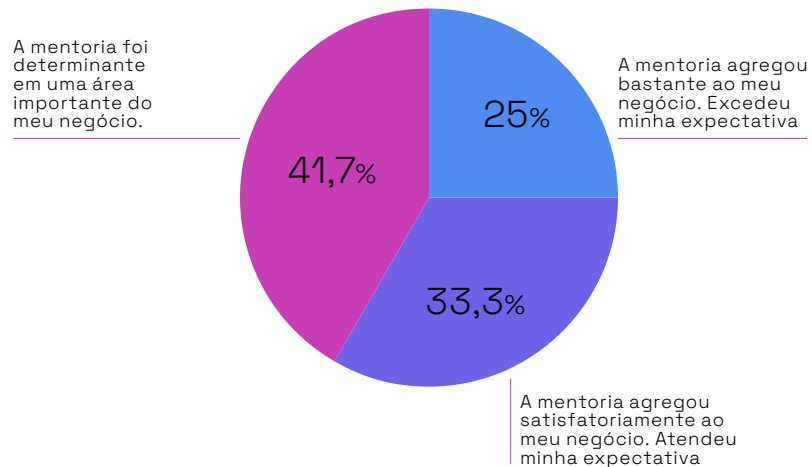
Na avaliação dos negócios, os eventos presenciais são importantes para a conexão entre eles, mas a ampliação do conteúdo oferecido e sua maior diluição pelos meses trouxe mais tempo para que assimilassem e aplicassem esses conteúdos a seus negócios.



A mudança para o digital trouxe a possibilidade de participação de mais especialistas e mentores à disposição dos negócios, pela facilidade de conciliar agendas sem a necessidade de viagens.

Um programa de mentoria voluntária foi lançado também em 2020, a partir de levantamento sobre os principais pontos a serem fortalecidos que os empreendedores identificavam em seus negócios. Ao todo, 17 negócios dos 30 acelerados aderiram ao programa de mentorias, com encontros online realizados quinzenal ou mensalmente, durante todo segundo semestre do ano.

### Você diria que (valores em porcentagem)



“ O programa de mentorias nos colocou em contato com uma profissional excelente. Além da qualidade técnica, é uma pessoa com quem adoramos conversar, trocar ideias e construir juntos. O resultado disso foi o lançamento de um dos produtos mais marcantes da nossa trajetória e que também acreditamos ser muito marcante para a forma como os produtos amazônicos são comercializados ”

**Paulo Reis**, da Manioca, mentorado por Carol Avari na área de marketing.



“ A mentoria tem trazido soluções aplicáveis para os problemas, além do mentor sempre se preocupar em nos ouvir e atender, respeitando nossa identidade. Somos gratos pela atenção e trabalho dedicado a nós ”

**Jayne Nobre**, da Coex Carajás, mentorada por Fabio Deboni em agronomia.



“ Estamos muito satisfeitos com a mentoria, está sendo essencial para nos ajudar a estruturar as áreas que vínhamos tendo dificuldade de alavancar, como o marketing e o comercial ”

**Macaulay Souza**, mentorado por Matheus Wagner em marketing.



## Entregas principais do Programa de mentoria:

3 Estudos de estrutura de custos (Coex, Cacauway e Codaemj)

2 Modelos de governança e gestão (Coex e Serras Guerreiras)

1 Plano de negócio para instituição de Microcrédito (IOV)

1 Aperfeiçoamento de aplicativo mobile com 3 novas funcionalidades (Maneje Bem)

1 Plano para expansão geográfica do negócio e crescimento de equipe (Maneje Bem)

2 Planos de comunicação (Manioca e Pratika)

2 Campanhas de marketing (Manioca e Pratika)

1 Sistema de controles financeiros (Navegam)

1 Estudo de logística, benefícios fiscais e fontes de financiamento para nova planta (Nossa Fruits)

1 Plano de posicionamento e lançamento de novo produto e distribuição para mercado do sudeste (Oka)

1 Plano de marketing digital (Onisafra)

2 Reestruturações de modelos de negócio (Taberna da Amazônia e Serras Guerreiras)

1 Canal de e-commerce próprio (Taberna da Amazônia)

“ É um programa bem estruturado no processo de conexão entre mentores e mentorados, deixando claro no início onde se pretende chegar, mas dando autonomia para que a dupla mentor/mentorada(o) possam se organizar e auto gerenciar para tomar as melhores decisões de caminhos. ”

**Hilton Meneses**, mentor da Taberna da Amazônia na área de design e administração

“ Um programa feito com carinho e responsabilidade. Com uma equipe empenhada para trazer grandes resultados para todos os envolvidos, direta e indiretamente, certeza que traria um crescimento fantástico para o ecossistema empreendedor. Parabéns a todos! ”

**Marcelo Souza**, mentor da MenejaBem em administração e TI.



## Atividades extras

### 3 rodas de conexão

com especialistas reconhecidos foram ofertadas ao longo de 2020, abordando soluções para a Amazônia, gestão de pessoas e autocuidado (tema bastante importante na pandemia) e exportação de produtos sustentáveis.

#### Empreendedorismo e Negócios na Amazônia

Ricardo Abramovay



#### Exportação de produtos sustentáveis

Lucas Mendes



#### Gestão de Pessoas e Autocuidado

Regina Erismann

### 2 webinários temáticos

- Crédito de carbono e REDD+
- Inclusão financeira e acesso a crédito

A jornada digital registrou ainda uma outra consequência importante para o fortalecimento de todos os negócios acelerados desde 2019, já que as atividades, sendo virtuais, abriram a possibilidade de participação mais ampla.

24  
negócios  
participantes

13  
encontros  
virtuais

44  
participantes

30  
horas de conteúdo

## percepções

“ A jornada digital conseguiu nos manter conectados após o nosso primeiro evento presencial, antes da pandemia. Onde pudemos nos olhar e nos sentir parte de um grupo unido em prol de um empreendedorismo consciente e engajado ”

**Maria Eugênia Tezza**, Academia Amazônia Ensina.



“ O Programa tem nos ajudado muito em conexões e conhecimento, de uma maneira fora da curva ao compararmos a outras iniciativas e grupos dos quais participamos ”

**Joanna Martins**, Manioca.



“ Esses aprendizados nos ajudaram a pensar em organizar a casa primeiro, antes de partir para coisas novas. A diversidade dos módulos foi muito interessante, temas como branding e comunicação foram muito novos para nós ”

**Saulo Thomas**, ONF Brasil.



“ Em cada atividade, organizamos pequenos grupos de pessoas, dentro da cooperativa, que se identificaram com o tema. Foi uma jornada intensa e de muito aprendizado ”

**Hélia Félix**, Cacauguay.



## aporte de capital de giro

O programa viabilizou aporte de capital de giro para negócios acelerados em dificuldade na pandemia.

### R\$ 156,5 mil

8 empresas apoiadas e investidas

**08** negócios receberam o benefício.

Os recursos foram aplicados em: formação de estoque ou compra antecipada de fornecedores, salários de funcionários, serviços de marketing ou serviços relacionados ao aumento das vendas, custos fixos da empresa (aluguel, energia, etc.) e outros itens relacionados ao plano de emergência elaborado pelo próprio negócio, como doação de produtos de higiene e alimentos para populações indígenas, por exemplo.



DE MENDES



DA TRIBU



TABERNA DA  
AMAZONIA

Prática Engenharia  
SOLUÇÕES EM ENERGIA SOLAR.





**AMAZÔNIA EM CASA  
FLORESTA EM PÉ**

Leticia Colin conversa com  
Ana Bastida e Hólia Félix sobre  
Amazônia e sustentabilidade





Segunda-feira, 28.09 | 10h Brasília  
No Instagram @leticiacolin






**#AMAZÔNIA EM CASA  
FLORESTA EM PÉ**

21/12 (segunda) | 20h de Brasília  
instagram @belcoelho

LIVE RECEITA COM





**Bel Coelho**  
Chef do Clandestino e  
apresentadora do Receita  
de Viagem (TLC Discovery)

**Ana Carolina Bastida**  
Idesam e Programa de  
Aceleração da PPA

**Joanna Martins**  
Diretora Executiva  
da Manioca






## estratégias e ações:

### Logística/armazenagem:

- Consolidação de estoque compartilhado em São Paulo
- Coordenação logística, manuseio e entregas para consumidor final
- Entregas em 48h Brasil, 24h SP (Mercado Full)
- Subsídio frete, taxas, armazenagem (30 dias grátis na SADA)
- Transferência gratuita de mercadoria Manaus - São Paulo (cabotagem)

### Comercial:

- Força comercial B2B exclusiva
- Criação de catálogo e materiais comerciais
- Cestas corporativas e para B2C
- Impulsioneamento de canais e-commerce B2C exclusivos



### Comunicação/marketing:

- Ativação de influenciadores, com participação de empreendedores amazônicos
- Anúncios, mídia e assessoria de imprensa
- Desenvolvimento de identidade e website do movimento

35 15 14  
influenciadores lives posts

224.175  
visualizações

76.940  
curtidas



## negócios participantes



## realização



## co-realização



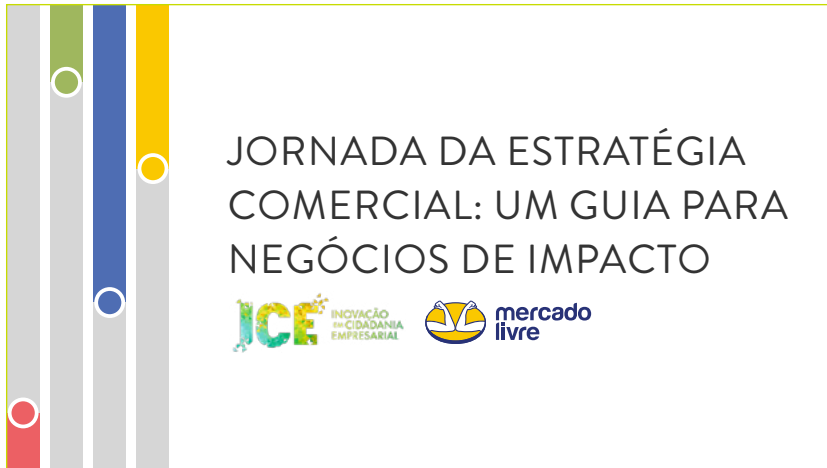
## parceiros



## apoio institucional



## experiência inovadora destacada em guia de comercialização

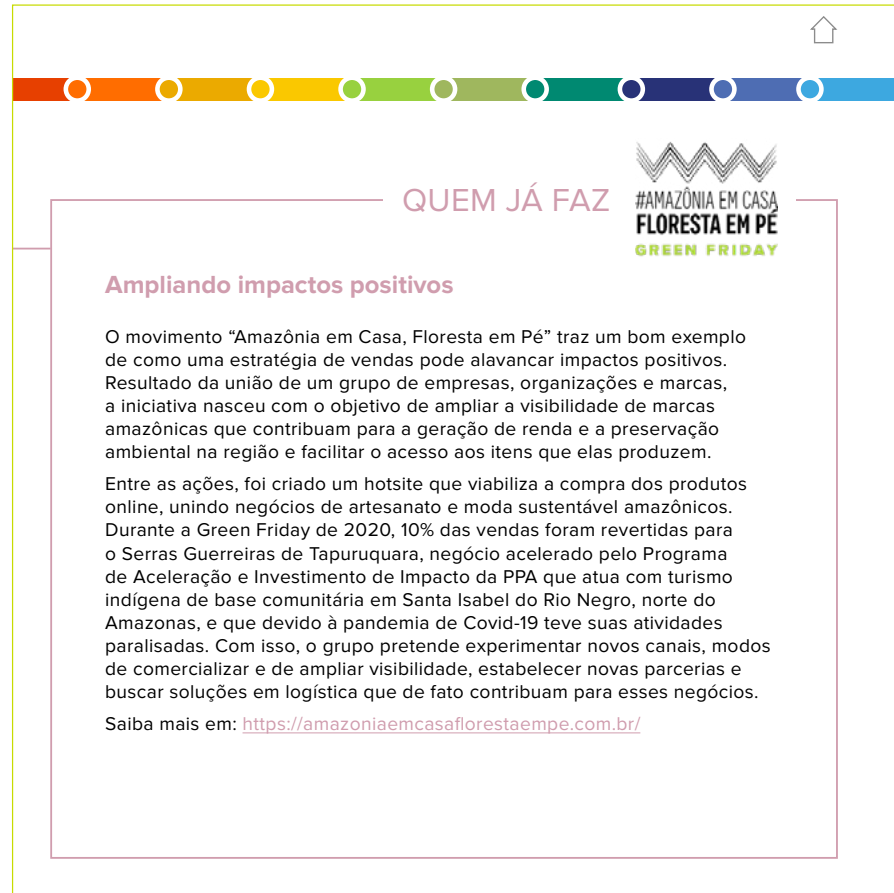


JORNADA DA ESTRATÉGIA COMERCIAL: UM GUIA PARA NEGÓCIOS DE IMPACTO

ICE INOVAÇÃO EM CIDADANIA EMPRESARIAL

mercado livre

Campanha realizada durante a Green Friday, em novembro, foi destaque no guia **Jornada da Estratégia Comercial**



QUEM JÁ FAZ

#AMAZÔNIA EM CASA  
FLORESTA EM PÉ  
GREEN FRIDAY

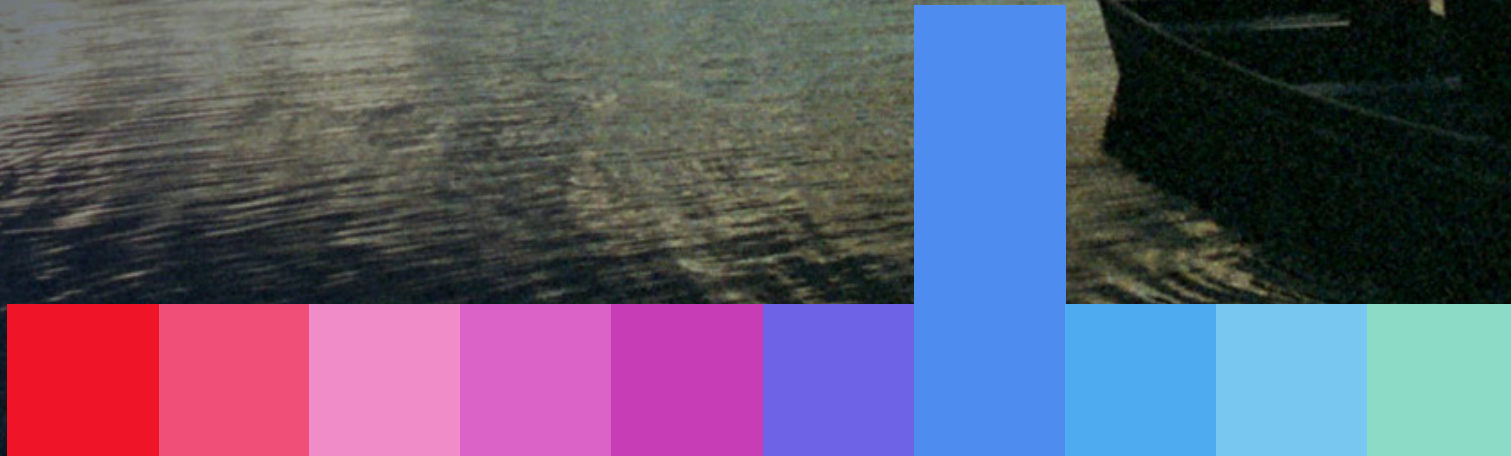
### Ampliando impactos positivos

O movimento “Amazônia em Casa, Floresta em Pé” traz um bom exemplo de como uma estratégia de vendas pode alavancar impactos positivos. Resultado da união de um grupo de empresas, organizações e marcas, a iniciativa nasceu com o objetivo de ampliar a visibilidade de marcas amazônicas que contribuam para a geração de renda e a preservação ambiental na região e facilitar o acesso aos itens que elas produzem.

Entre as ações, foi criado um hotsite que viabiliza a compra dos produtos online, unindo negócios de artesanato e moda sustentável amazônicos. Durante a Green Friday de 2020, 10% das vendas foram revertidas para o Serras Guerreiras de Tapuruquara, negócio acelerado pelo Programa de Aceleração e Investimento de Impacto da PPA que atua com turismo indígena de base comunitária em Santa Isabel do Rio Negro, norte do Amazonas, e que devido à pandemia de Covid-19 teve suas atividades paralisadas. Com isso, o grupo pretende experimentar novos canais, modos de comercializar e de ampliar visibilidade, estabelecer novas parcerias e buscar soluções em logística que de fato contribuam para esses negócios.

Saiba mais em: <https://amazoniaemcasaflorestaempe.com.br/>

# teoria de mudança



# METAS

**1** 5 MILHÕES DE HECTARES DE FLORESTA CONSERVADOS

**2** R\$40 MILHÕES INVESTIDOS

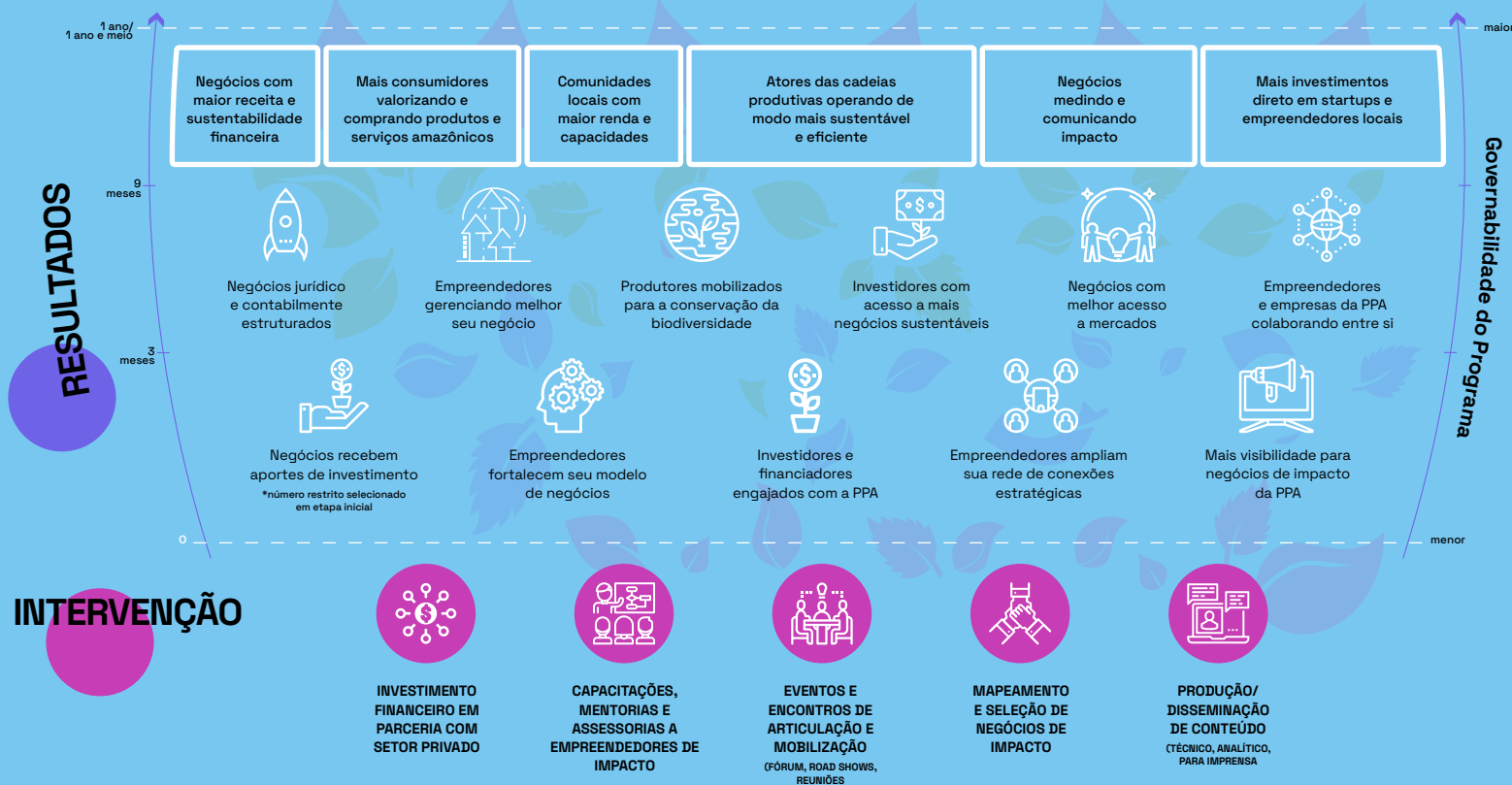
**3** 10 MIL FAMÍLIAS BENEFICIADAS

**4** 50 NEGÓCIOS APOIADOS

## PROGRAMA DE ACELERAÇÃO E INVESTIMENTO DE IMPACTO

### IMPACTO

# NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS GERANDO RENDA PARA POPULAÇÕES LOCAIS E GARANTINDO A CONSERVAÇÃO DAS FLORESTAS E DA BIODIVERSIDADE NA AMAZÔNIA



## TEORIA DE MUDANÇA 2020

# visibilidade e futuros





A estratégia de mensuração de impacto do Programa vai além dos impactos gerados pelos negócios apoiados. Em 2020 foram 20 inserções na mídia nacional e na mídia local, sempre pautando a agenda da viabilidade econômica da floresta em pé e da valorização da sociobiodiversidade.

O jornal O Estado de São Paulo inaugurou a série Retomada Verde, com destaque para o Programa e alguns negócios apoiados, que também tiveram proeminência no ebook homônimo publicado por aquele grupo de mídia. O material publicado foi também reproduzido pela plataforma online Pequenas Empresas Grandes Negócios. A revista Época Negócios destacou, em sua edição impressa, a jornada digital especialmente desenhada pelo Programa para atender os negócios durante a pandemia.

O movimento Amazônia em casa, Floresta em pé, importante por consolidar uma rede de parceiros, investidores, apoiadores e negócios na busca por novos mercados e modos de abordagem B2B e B2C para os

produtos amazônicos, do qual vários negócios acelerados fazem parte, e o Programa é um dos realizadores, também foi destaque em cinco matérias.

Além disso, foi firmada uma parceria com o Grupo Rede Amazônia (GRAM), afiliada local da Rede Globo, que envolve a veiculação de casos de sucesso de conservação e desenvolvimento sustentável, além da disponibilização de espaço de mídia gratuitamente para negócios selecionados do portfólio.

O Programa foi destaque em importantes fóruns de debate e construção de estratégia da filantropia no Brasil articulados pelo GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), e ocupou, ainda, espaços relevantes para a construção de políticas públicas para o setor, como a participação em audiências públicas convocadas pelo Supremo Tribunal Federal sobre a Amazônia e o assento no Observatório do Meio Ambiente do STF.

Diante dessas conquistas, com a experiência de dois anos acelerando negócios de

# AMAZ<sup>1</sup>

aceleradora  
de impacto.

perfis variados, Idesam e demais parceiros fundadores e financiadores acordaram em torná-lo uma organização independente.

Com a bagagem acumulada de quem testou diferentes estratégias e aprendeu sobre as especificidades de se empreender com impacto na Amazônia em um dos momentos mais desafiadores que a região enfrenta, nasce a **AMAZ aceleradora de impacto**, uma *spin-off* do Programa de Aceleração da PPA dedicada a apoiar negócios que contribuam para garantir a viabilidade econômica da floresta amazônica em pé e que valorizem a sociobiodiversidade da região para melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

A nova organização nasce a partir da colaboração de diferentes atores, com os quais segue trabalhando em estreita colaboração para o fortalecimento do ecossistema de investimentos e negócios de impacto na região.

As próximas páginas apresentam mais detalhes sobre como foi o ano de 2020 para os negócios investidos, que passam a integrar o portfólio da AMAZ.



Início | Sobre | Publicações | Login | English | Português

## GIFE25

ESPECIAL REDE GIFE | SETEMBRO/2020

### A SUPERACÃO DO DILEMA ENTRE AMBIENTAL E SOCIOECONÔMICO É A CHAVE PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA AMAZÔNIA

#### ECOSSISTEMA DE IMPACTO NA AMAZÔNIA

O *redeGIFE* conversou com Mariano Cenamo, diretor de novos negócios do [Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia \(Idesam\)](#) e coordenador do Programa de Aceleração e Investimento da Plataforma Parceiros Pela Amazônia (PPA), que também participou do painel "Investimento Social pela Amazônia".

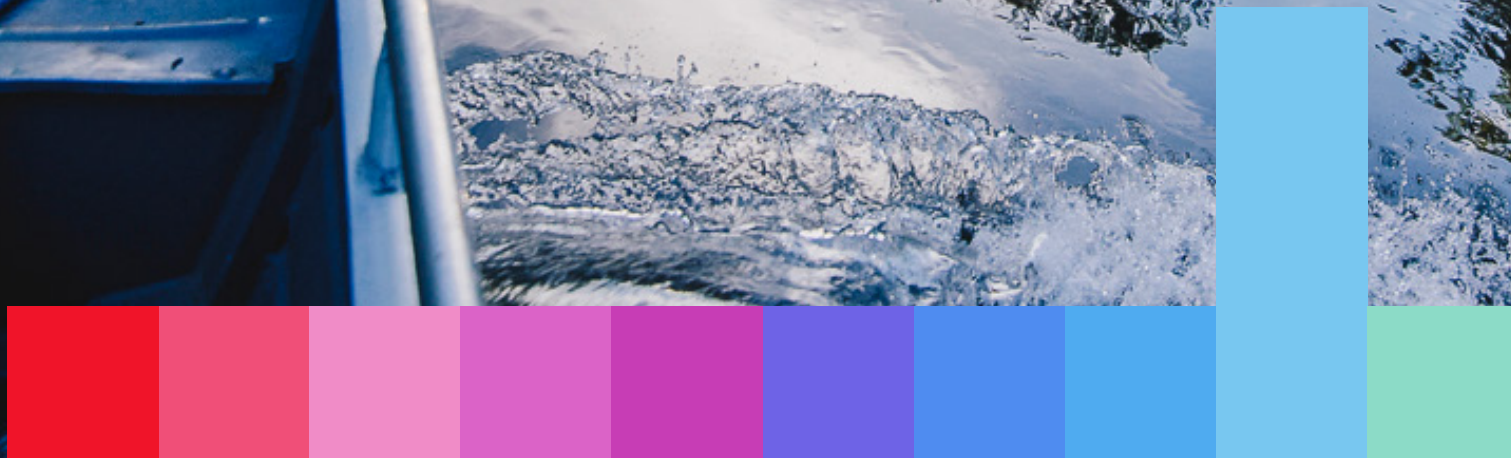
Desafios, oportunidades e o papel da filantropia e do investimento social privado para o desenvolvimento do ecossistema de impacto na região foram alguns dos assuntos.

Para o secretário-geral do GIFE, isso significa dizer que para se dedicar à Amazônia, não necessariamente os investidores sociais privados precisam atuar na agenda ambiental.

"Dedicar-se à agenda produtiva, à criação de oportunidades econômicas, à educação ou à saúde é também uma forma de contribuir com o desenvolvimento da Amazônia. É importante que essa atuação parta da interlocução com atores e comunidades locais e das iniciativas e experiências já existentes", observa.



# visão do portfólio de negócios investidos



ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

A Academia Amazônia Ensina prepara pessoas para os desafios econômicos, sociais e ambientais do século XXI, unindo professores e profissionais reconhecidos e contato com comunidades e o meio ambiente amazônicos. Seu principal produto é uma expedição de oito dias pelo Rio Negro que sempre inclui alunos bolsistas de comunidades locais.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Conquistar alunos internacionais.
- Financiar campanha de lançamento de filme “O Rio Negro São As Pessoas”.
- Desenvolver produtos digitais (webinários e realidade aumentada) que permitam atingir seus objetivos por caminhos mais viáveis durante a pandemia.

### **Destaques 2020:**

- Quatro expedições realizadas entre 2019-2020 (antes da pandemia), envolvendo diferentes públicos: estudantes universitários, startups e investidores.
- Suspenderam as expedições após o início da pandemia e conseguiram manter os inscritos e captar novos interessados em expedições futuras.
- Decidiram focar em outros produtos, especificamente o lançamento de um filme curta metragem que já havia sido gravado e o desenvolvimento de uma solução de realidade aumentada, em parceria com uma empresa local e com financiamento de recurso incentivado pela Lei de Informática.
- A receita gerada com o filme deve ser usada para financiar o desenvolvimento de três projetos com comunidades ribeirinhas do Rio Negro. A expectativa é levantar R\$120 mil para cada projeto.
- O filme também serve como porta de entrada para a discussão de temas como liderança feminina, protagonismo jovem e unidades de conservação.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
O sistema educacional é pouco eficiente em preparar pessoas para os desafios econômicos, sociais e ambientais do século XXI. É preciso tornar esse tema mais interessante e promover experiências transformadoras, para diferentes públicos.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de conhecimento sobre a Amazônia.</li><li>• Intensidade da troca entre participantes.</li><li>• Mudança de comportamento com relação à consciência ambiental.</li></ul>

- Contabilizou 60 alunos desde o início das operações, em 2019.
- Tem observado iniciativas e conexões importantes entre ex-alunos, como um empreendedor que decidiu expandir sua atuação para Manaus depois de participar de uma expedição, dois ex-alunos que se juntaram para empreender e tiveram financiamento de um terceiro, e uma ex-aluna da região que foi trabalhar na ONU.
- Indicadores atuais se aplicam a expedições, que estão suspensas devido à Covid, portanto dados relativos a 2020 não chegaram a ser coletados.



### Contribuições do Programa de Aceleração

Os empreendedores identificaram melhoras significativas na gestão do negócio a partir do apoio oferecido pelo Programa e estão confiantes na tese desenvolvida, ainda que as estratégias tenham que ser adaptadas ao novo contexto. O aporte de recursos foi fundamental para que sobrevivessem a 2020.

### Próximos passos:

- Tornar-se uma instituição de ensino referência em sustentabilidade na Amazônia, por meio do desenvolvimento de outros serviços.
- Duas novas turmas em 2021, sendo uma in company.
- Devem lançar no primeiro semestre uma série de webinários patrocinados sobre desenvolvimento sustentável no século XXI, como piloto para um novo produto.
- Conquistar alunos internacionais, dispostos a pagar ticket mais alto.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Existe espaço para tornar a gestão financeira mais robusta. Restrições à circulação devido à pandemia podem inviabilizar novas expedições. Existe risco de perda de foco, com muitas iniciativas sendo geridas simultaneamente por uma equipe enxuta.

#### Oportunidades:

Rede de parceiros locais sólida, com muito potencial a ser desenvolvido. Desenvolvimento de produtos digitais é promissor e tem maior potencial de escala.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
2,14%	0%	1,53%

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

Cooperativa extrativista que opera na Floresta Nacional de Carajás, PA, tendo como principais produtos a folha do jaborandi, utilizada na indústria farmacêutica, e sementes da flora nativa, usadas na produção de mudas para reflorestamento. A principal cliente é a Vale, que compra sementes para reflorestamento e responde por 80% do faturamento da cooperativa, seguida do Grupo Centroflora, único comprador da folha de jaborandi.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Engajar mais mulheres e jovens na cooperativa.

### **Destaques 2020:**

- As atividades foram suspensas durante três meses, devido à piora da pandemia e a restrições para renovação de licenças dos extrativistas.
- A cooperativa se mobilizou para apoiar os cooperados, especialmente os mais vulneráveis, com distribuição de cestas básicas e kits de higiene para os que tiveram que suspender as atividades.
- As atividades de gestão também foram afetadas, devido à impossibilidade de realizar assembleias.
- A demanda pela folha do jaborandi caiu para 16 toneladas. A demanda por sementes não foi afetada.
- Apesar desses desafios, a cooperativa saiu mais forte, devido à união dos cooperados para enfrentar esse momento difícil.
- Fizeram a primeira prestação de serviço, com mapeamento de reboleira de jaborandi, para o Instituto Tecnológico Vale, o que aponta para potencial de diversificação de receitas.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
Monetizar os ativos da floresta de forma sustentável é fundamental para garantir qualidade de vida à população que cuida da floresta e vive dela.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rentabilidade dos cooperados.</li><li>• Diversidade de sementes.</li><li>• Quantidade de folhas de jaborandi e de sementes coletadas.</li></ul>

- 80% da área do município é coberta por unidades de conservação e a principal atividade econômica da região é o garimpo. Nesse contexto, o trabalho realizado pela cooperativa se torna ainda mais relevante, ao viabilizar renda digna e qualidade de vida às 36 famílias cooperadas, ao mesmo tempo que mantém a floresta em pé.
- A lista de sementes produzidas pela cooperativa inclui mais de 300 espécies, ainda que nem todas sejam coletadas todo ano.
- Além de monitorar a rentabilidade de cada cooperado, tem prêmios por quantidade e qualidade da produção.
- Tanto a quantidade quanto a diversidade de sementes tem aumentado, por exigência dos clientes e dos órgãos reguladores.



### Contribuições do Programa de Aceleração

Ser selecionado para participar do Programa foi um reconhecimento importante para a cooperativa. O processo de acompanhamento contribuiu para fortalecer a gestão e o controle das operações, especialmente a capacidade de monitoramento. O aporte de recursos foi fundamental para manter atividades durante a pandemia.

### Próximos passos:

- Diversificar fontes de receita, com a diversificação das sementes e prospecção de novas oportunidades de prestação de serviço.
- Aumentar número de cooperados.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Dependência de dois clientes para a quase totalidade do faturamento é risco importante.

#### Oportunidades:

Diversificação de fontes de receita é promissora. Liderança inspiradora deve facilitar a entrada de mais mulheres e jovens na organização.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
30,52%	14,66%*	2,07%

\* Consideramos que o impacto nessa área é indireto. A área total da Floresta Nacional dos Carajás é de 391.263, explorada com exclusividade pela Coex Carajás, porém com sua preservação garantida por uma série de outros mecanismos

ano de entrada no programa: **2019**

### **Resumo**

A Manioca traduz os sabores da Amazônia para consumidores de outras regiões do Brasil, ofertando alimentos processados para food services e consumidor final e, no processo, beneficia pequenos produtores que contribuem para a conservação da floresta. Seu objetivo é encontrar o equilíbrio entre as necessidades dos consumidores e a floresta.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Encontrar parceiro para produção de snacks com ingredientes amazônicos a custo competitivo.
- Busca investimento para crescer, lançar produtos já desenvolvidos e desenvolver novos

### **Destaques 2020:**

- Demanda de food service caiu muito, de 50% do faturamento no início de 2020 para cerca de 30% no final do ano.
- Esse movimento foi parcialmente compensado pelo aumento nas vendas online direto ao consumidor final, que aumentaram a partir de agosto e fecharam o ano representando 20% das vendas.
- Decidiram focar no desenvolvimento de produtos para o consumidor final, com marca própria, e investiram nisso apesar da pandemia.
- Decidiram buscar parceiro para produção no sudeste. Ideia inicial era produzir na Amazônia, mas custos e desafio de encontrar mão de obra são proibitivos.
- Mantiveram atividades de desenvolvimento de fornecedores, ainda que só tenham conseguido fazê-lo durante seis meses do ano.
- Cadeia de suprimentos locais não foi afetada pela pandemia, mas insumos de fora, como embalagens, se tornaram escassos no mercado. Operação foi suspensa por dois meses (abril e maio).



**Impacto:**

Tese	Indicadores
Promover a cultura culinária amazônica aumentará o interesse por produtos locais que, se produzidos de forma sustentável, podem contribuir para a preservação da floresta e para a qualidade de vida dos povos que a habitam	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número e tipo de fornecedores locais.</li></ul>

- Atenção à cadeia de suprimentos é chave para garantir a sustentabilidade do negócio. Oferecem assessoria e capacitação diretamente para fornecedores no entorno de Belém e por meio de parcerias com terceiros, como o Imaflora, para fornecedores de outras regiões.
- Em 2021 pretendem investir na produção de mandioca em sistemas agroflorestais. A mandioca é um insumo importante e precisam garantir fornecimento sustentável, em escala a médio e longo prazo



### Contribuições do Programa de Aceleração

Aporte de recursos em conjunto com outros investidores em 2019. Reconhecer-se em um ecossistema de negócios de impacto na Amazônia e ter apoio de uma organização com conhecimento do contexto local. Ampliar o olhar sobre impacto e sua gestão.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento

**16,43%**

Hectares preservados

**00,06%**

Pessoas beneficiadas

**19,67%**

### Próximos passos:

- A Manioca quer ser “a Mãe Terra da Amazônia”. Para isso, busca entrar no mercado de temperos e alimentos processados saudáveis, especialmente snacks.
- Trabalha no desenvolvimento de produtos processados, com alta durabilidade e sem aditivos, que devem ser lançados em 2021.
- Desenvolver canais de venda direta online para o consumidor final e expandir canais já existentes com varejistas. Estão atentos ao desafio de apresentar novos ingredientes e sabores ao consumidor.
- Se prepara para aproveitar a retomada quando a pandemia cessar.
- Em conversas avançadas para receber aporte de R\$1 milhão de fundo de investimento de impacto.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Há espaço para tornar a gestão financeira mais robusta. Necessidade de desenvolver cadeia de fornecimento e mercado consumidor simultaneamente deve exigir investimento grande e prazo de retorno longo.

#### Oportunidades:

Começaram a explorar o mercado internacional em 2020, o que pode representar uma oportunidade de boas margens no curto prazo. “Produtos que mantêm a floresta em pé” têm aumentado seu apelo, tanto no Brasil quanto no exterior.

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

Produz e comercializa chocolates e outros derivados de cacau comprado de 32 famílias que o cultivam em sistemas agroflorestais. O foco é assegurar a viabilidade econômica da floresta em pé. Hoje 70% do seu mercado está na cidade de Manaus, especialmente no setor de hospitalidade.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Captar recursos para capital de giro no curto prazo.
- Busca sócio com expertise comercial e em finanças.

### **Destaques 2020:**

- Assistência técnica aos produtores em transição agroecológica foi suspensa, devido a restrições de mobilidade impostas pela pandemia.
- Com a falta de assistência técnica por alguns períodos ao longo de 2020, não houve crescimento. O negócio comprou apenas 6 toneladas de cacau ao longo do ano, quando a expectativa era chegar a 7,5 toneladas por mês.
- Aumento planejado na capacidade produtiva não pode ser realizado devido a atrasos na importação de maquinário.
- Combinação de queda no volume produzido e investimento realizado em maquinário que ainda não está em funcionamento resultou em ausência de capital de giro necessário para financiar a compra adiantada do cacau, que costuma ocorrer até abril ou maio.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
Há mais de 26 mil famílias envolvidas com a produção do cacau apenas no estado do Amazonas. A Na Floresta visa processar e comercializar esse e outros produtos que contribuem para a manutenção da floresta em pé, remunerando de forma justa os produtores, garantindo renda digna e conservação.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de produtores parceiros.</li><li>• Renda gerada para os produtores.</li><li>• Prêmio pago a produtores pela qualidade do cacau.</li><li>• Hectares preservados.</li></ul>

- O cacau representa de 70% a 90% da renda dos produtores com quem a Na Floresta trabalha.
- Pagam entre 120% e 150% do preço de mercado, como reconhecimento à alta qualidade do cacau produzido.
- Conseguiram viabilizar a instalação de sistemas de gestão de água e esgoto e de energia fotovoltaica para algumas famílias, por meio de editais. Gostaria de gerar renda suficiente para que as famílias os adquirissem diretamente.
- Comunicam amplamente na embalagem do produto o impacto gerado na floresta e nas pessoas envolvidas com sua produção.



### **Contribuições do Programa de Aceleração**

Aporte de recursos, diretamente e via parceiros, permitiu ampliar a capacidade produtiva, de 400 kg por mês para 7.500 kg por mês.

### **Próximos passos:**

- Buscam recursos filantrópicos para compra adiantada do cacau, por meio de editais da Fapeam e de cooperação internacional com o governo japonês.
- Finalizar instalação de máquinas para aumentar produção em 2021.
- Estruturar área comercial em São Paulo para aumentar as vendas.

### **Avaliação Geral:**

#### **Pontos de atenção:**

Risco de caixa significativo no curto prazo pode ameaçar continuidade das operações ou, no mínimo, comprometer a qualidade do cacau e, conseqüentemente, do produto final.

#### **Oportunidades:**

Parceria com Nestlé com compras garantidas, uma vez que máquinas estejam instaladas. Aumentar exportações, especialmente para o Japão, que hoje não chegam a 10% do faturamento.

### **Contribuição para resultados do Portfólio**

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
8,76%	0%	0%

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

A NavegAM promove a integração entre os modais rodoviário e fluvial para transporte de pessoas e cargas no Amazonas, permitindo o rastreamento de embarcações e disponibilizando plataforma para venda de passagens e frete online. Com isso, aumenta a previsibilidade e facilita o acesso ao transporte entre capital e interior.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Busca aporte para desenvolver a integração de cadeias produtivas entre interior e capital. Está em conversas avançadas com investidores.

### **Destaques 2020:**

- Até o primeiro trimestre, a empresa estava em forte expansão. Com a pandemia, a demanda por passagens caiu drasticamente, chegando a zero durante cinco meses.
- A demanda por transporte de carga, por outro lado, aumentou e hoje representa 70% do faturamento.
- Com a queda na venda de passagens, tiveram que contratar desenvolvedores para acelerar o lançamento da solução logística.
- Suspenderam a cobrança de taxa das embarcações entre março e dezembro. Retomaram em janeiro de 2021.
- Terminaram o ano com 12 pessoas na equipe, incluindo os 3 sócios.
- Hoje tem 55 embarcações que utilizam seu sistema de venda de passagens e frete e 22 empresas como clientes ativos no transporte de cargas.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
A mobilidade na região Norte é baixa, o que impõe um custo elevado para acesso a serviços básicos e a mercados. A NavegAM promove a integração de modais e sua conexão com quem os demanda, facilitando o fluxo de pessoas e cargas.	Em revisão com possível investidor. Atualmente são: <ul style="list-style-type: none"><li>• Vendas de passagens fluviais.</li><li>• Quantidade de frete realizado / solicitado por embarcação.</li><li>• Salário do vendedor externo de passagem fluvial.</li></ul>

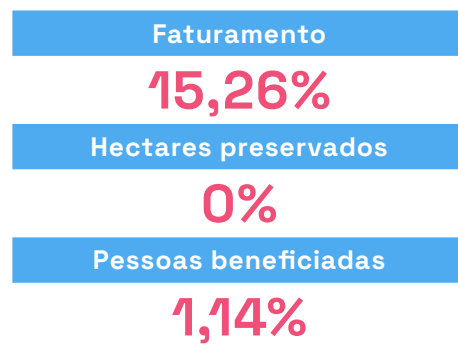
- 70% do transporte terrestre da NavegAM hoje ocorre dentro da capital.
- Grandes empresas da região os veem como viabilizadores do acesso a mercados do interior e, desde que os conheceram, começaram a anunciar nesses mercados.
- Já cadastraram mais de 180 vendedores autônomos de passagens, mas a operação ainda está em fase piloto devido à pandemia.



### Contribuições do Programa de Aceleração

A dedicação da equipe do PPA, tanto aos negócios quanto aos empreendedores como indivíduos durante a pandemia, foi reconhecida. Notoriedade do programa e contatos feitos ajudaram a abrir portas. Apoio na revisão de propostas de investimento e negociação com investidores foi importante. O encontro presencial foi, para a empresa, o ponto alto da aceleração.

### Contribuição para resultados do Portfólio



### Próximos passos:

- Em 2021 pretendem lançar serviço de logística ponta a ponta, integrando diferentes modais (hoje vende rodoviário e fluvial separadamente). Deve iniciar piloto Manaus-Parintins até maio.
- Hoje tem motoristas como funcionários. Pretende evoluir para um modelo semelhante ao Uber em 2021. Já conta com 62 motoristas e 30 motociclistas cadastrados, que realizam 45% das entregas. A meta é atingir 100% até março de 2021.
- Prestar serviço de logística na região Norte para grandes varejistas digitais, como Amazon, Mercado Livre e Magalu. Conquistar pelo menos um deles até final do ano.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Regulação e corrupção podem representar barreiras importantes e precisam ser monitoradas constantemente. É importante mitigar o risco de que a plataforma aumente involuntariamente as atividades ilícitas relacionadas ao transporte fluvial, como tráfico de drogas e exploração sexual.

#### Oportunidades:

Integração de cadeias produtivas e acesso a mercados tem potencial de destravar oportunidades de geração de renda e de consumo para comunidades do interior do Amazonas, com resultados importantes em termos financeiros e de impacto.

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

A empresa oferece sucos de sabores amazônicos saudáveis e sustentáveis, por meio da redução no uso de conservantes e de açúcar menos processado, além de comprar insumos de cooperativas. A apresentação atual é em garrafas de plástico de 300 ml e 900 ml, com produção mensal de 5 mil garrafas distribuídas em lanchonetes, bares e restaurantes. Visa implementar programa de logística reversa de embalagens.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Revisar estratégia e plano de implementação.
- Desenvolver logística reversa

### **Destaques 2020:**

- Captaram recursos com PPA para iniciar envase em latas, o que aumentaria a validade do produto, de 1 para 12 meses. Uma empresa de Minas Gerais seria contratada para realizar o envase.
- Durante a pandemia, os preços e quantidades mínimas para aquisição de latas e serviço de envase aumentaram significativamente, dobrando o valor da empreitada, de R\$80 mil para R\$160 mil.
- Desentendimentos comerciais levaram à saída de um dos sócios, que era responsável pela operação.
- A pandemia fez com que as vendas caíssem muito, chegando a 15% do esperado para o segundo trimestre. Com isso, tiveram que demitir alguns funcionários e reduzir drasticamente os custos.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
É necessário tornar o convívio do homem com a floresta mais harmônico, o que passa por reduzir a produção de lixo. A Oka se propõe a fortalecer cooperativas de agricultores que ajudam a preservar a floresta e, ao mesmo tempo, implementa a logística reversa das embalagens utilizadas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Volume de compras das cooperativas.</li><li>• Volume de embalagens recolhidas.</li></ul>

- Aumentaram o número de famílias agricultoras que fornecem matéria prima, de 30 para 80, e os apoiaram na transição do extrativismo predatório para sistemas agroflorestais.
- Apoiaram a implantação de um viveiro de mudas em uma cooperativa parceira, utilizando as embalagens pós-consumo como pipetas para desenvolvimento das mudas.
- Utiliza indicadores para comunicar impacto a parceiros, investidores e clientes. Foi ponto chave na parceria com o Amazônia Hub, por exemplo.



### **Contribuições do Programa de Aceleração**

Aporte de recursos em formato de dívida. Mentoria próxima foi fundamental para explorar novas oportunidades e ajustar modelo de negócio. Visibilidade para parceiros que viabilizam a expansão.

### **Próximos passos:**

- Obter licenças sanitárias necessárias para comercializar o produto fora do estado.
- Iniciar piloto em parceria com Amazônia Hub e Instituto Baru, com venda de 3 mil garrafas pet na região sudeste.
- Avaliam duas estratégias: ampliar a fábrica em Belém, para maximizar impacto na economia local, ou montar fábrica na região sudeste, para reduzir custo dos insumos.

### **Avaliação Geral:**

#### **Pontos de atenção:**

Há espaço para melhoria na gestão, especialmente financeira. Esse é um passo importante para que o negócio comece a gerar receita suficiente para remunerar os dois sócios.

#### **Oportunidades:**

Abertura de mercado na região sudeste.

### **Contribuição para resultados do Portfólio**

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
2,77%	0%	4,97%

ano de entrada no programa: **2019**

### **Resumo**

Plataforma que conecta pequenos produtores rurais e urbanos de alimentos e pequenos varejistas a consumidores finais, garantindo transparência e remuneração justa na cadeia. Atuam desde 2019 no entorno de Manaus, utilizando modelo de feiras virtuais.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Adquirir novos clientes.  
Recorrência é comum entre clientes atuais e alguns aderiram ao modelo de assinatura, mas conquistar novos clientes ainda é um desafio. Tem estrutura para atender 500 pedidos por mês e hoje atende entre 100 e 200.
- Investir em tecnologia para garantir rastreabilidade.

### **Destaques 2020:**

- Em 2020 transacionaram R\$200 mil na plataforma, quase triplicando o valor transacionado em 2019 (R\$70 mil).
- Abandonaram o modelo de venda para restaurantes e pequenas empresas, devido às restrições impostas pela pandemia.
- Proibição da realização de feiras de rua impactou negativamente a operação, que contava com os feirantes como parceiros de distribuição.
- Por outro lado, a pandemia reduziu a resistência dos agricultores à comunicação online. Para alguns deles, com a proibição de feiras, a Onisafra tornou-se uma alternativa importante de escoamento da produção e geração de receita.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
Encurtar a cadeia de comercialização e distribuição de alimentos, garantindo rastreabilidade e transparência, permite uma distribuição de valor mais justa ao longo dessa cadeia, aumentando a renda e qualidade de vida dos elos mais vulneráveis, como os pequenos produtores	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de agricultores comercializando na plataforma.</li><li>• Número de famílias beneficiadas pela campanha de doação.</li><li>• Recorrência de compra.</li></ul>

- Durante momentos críticos da pandemia, permitiram que os clientes comprassem alimentos para doar direto pela plataforma. Mais de 20 toneladas foram doadas dessa maneira a 270 famílias.
- O número de agricultores comercializando na plataforma era de 30 antes da pandemia. Com as restrições de mobilidade, esse número caiu para 10 e voltou a 30 quando começaram a trabalhar com as doações.



### **Contribuições do Programa de Aceleração**

Aporte de recursos, em parceria com USAID, e captação do equivalente a R\$125 mil em mídia com o Grupo Rede Amazônica, afiliada local da Rede Globo. O Programa de aceleração foi fundamental para que o negócio amadurecesse sua visão de impacto, além de proporcionar acesso a investidores e parceiros estratégicos. Os empreendedores buscam ser competitivos frente a qualquer outro negócio nesse mercado, independente do foco em impacto, e as mentorias os ajudaram a alinhar a visão de impacto ao modelo de negócio e ao olhar para competitividade.

### **Próximos passos:**

- Desenvolver sistema de rastreabilidade.
- Ganhar eficiência na distribuição.
- Melhorar a experiência do consumidor final.
- Abrir mercado B2B, com restaurantes e hortifrutis de médio porte.

### **Contribuição para resultados do Portfólio**

Faturamento

**3,29%**

Hectares preservados

**0%**

Pessoas beneficiadas

**6,21%**

### **Avaliação Geral:**

#### **Pontos de atenção:**

O negócio ainda precisa atingir um volume de vendas recorrentes que garanta sua sustentabilidade operacional. Restrições de mobilidade devido à pandemia podem comprometer a capacidade de operação.

#### **Oportunidades:**

Aumento da demanda por entrega de produtos hortifrutí. Atenção crescente do consumidor final à origem dos produtos, rastreabilidade e encurtamento da cadeia. A campanha de doação contribui para manter a renda dos produtores, apoiar famílias mais vulneráveis e posicionar claramente o compromisso social da empresa perante os clientes.

ano de entrada no programa: **2019**

**Resumo**

A empresa tem como sócio majoritário o Instituto Peabiru, que tem entre suas atividades a assistência técnica a produtores que valorizam a sociobiodiversidade amazônica nos estados do Pará e Amapá. A empresa é responsável pela agregação, beneficiamento, envase e comercialização do mel de abelhas sem ferrão produzido por comunidades apoiadas pelo instituto.

**Precisa de apoio em 2021:**

- Melhorar estratégias de comercialização.

**Destaques 2020:**

- A produção caiu de cerca de 2 toneladas em 2019 para cerca de 700 kg em 2020. A pandemia impossibilitou visitas às comunidades durante os meses de março a junho, o que foi responsável pela queda. Outro fator foi o engajamento de lideranças locais com as eleições municipais, o que desviou o foco da produção de mel.
- No segundo semestre aceleraram a digitalização das operações, para seguir apoiando os produtores.
- Pilotaram o desenvolvimento de outras cadeias, como a farinha de Bragança e chocolate, e aprenderam que esses produtores geram maior identidade de grupo entre os produtores, bem como possibilitam que absorvam atividades de beneficiamento e comercialização, aumentando sua renda.
- Fecharam loja física em Belém devido à pandemia.
- Estão em conversas com Amazônia Hub para distribuição do produto no sudeste



**Peabiru**  
**PRODUTOS DA**  
**FLORESTA**

**Impacto:**

Tese	Indicadores
Apoiar produtores de mel de abelha sem ferrão no beneficiamento, embalagem e distribuição do mel, com vistas a que desenvolvam autonomia para acessar diretamente o mercado consumidor, contribuindo para reduzir o desmatamento.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indicadores atualmente monitorados:</li><li>• Índice de desmatamento próximo aos meliponários.</li><li>• Número de comunidades e famílias beneficiadas.</li><li>• Número de espécies de abelhas sob manejo.</li></ul>

- Peabiru incentiva que produtores de mel vendam sua produção localmente e forneçam para a empresa apenas o que sobra, aumentando a renda da comunidade.
- As abelhas precisam de um raio de atuação de 3km para produção de mel. A estratégia do Peabiru é promover a dispersão de meliponários para maximizar a área preservada.
- A gestão do impacto é rigorosa e dados são utilizados para tomada de decisão e para comunicar valor a consumidores exigentes.



### Contribuições do Programa de Aceleração

Aporte de recursos para cobrir o furo de caixa. Apoio no desenvolvimento de estratégia comercial e parceria com outros negócios apoiados pelo Programa.

### Próximos passos:

- Refinar estratégia comercial.
- Fechar parceria para distribuição no sudeste.
- Impulsionar adoção de meios digitais por comunidades parceiras, para reduzir custos e manter relacionamento durante a pandemia.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Gestão financeira frágil, não conta com expertise ou prioridade da liderança. Possível conflito de interesses na relação entre instituto e empresa, como em outros modelos híbridos de negócios de impacto. Produto não é primeira necessidade e diferencial de valorização da sociobiodiversidade e atributos específicos podem ser menos valorizados se contexto econômico do país piorar.

#### Oportunidades:

Expandir mercado, tanto no sudeste do Brasil quanto no exterior. Rigor na gestão de impacto pode gerar oportunidades de captação de recursos não reembolsáveis com atores nacionais e estrangeiros.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
0,47%	0%	1,04%

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

A Prátika faz a venda, instalação e suporte técnico de sistemas de geração de energia solar em comunidades majoritariamente indígenas e quilombolas que não estão conectadas à rede elétrica (off grid). A empresa foi fundada em 2019 em Oriximiná, PA, e já instalou mais de 100 sistemas fotovoltaicos em comunidades do entorno, substituindo geradores a diesel.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Reduzir custo logístico com aquisição de partes que vêm do sudeste.

### **Destaques 2020:**

- Suspensão dos planos de abertura de nova loja.
- Suspensão parcial do atendimento presencial na loja física em Oriximiná, que originava cerca de 70% das vendas.
- Instalação de novos sistemas fotovoltaicos foi suspensa a partir de setembro, quando restrições de mobilidade se tornaram mais rígidas na região.
- Sistema fotovoltaico básico custa R\$7.200, que costumam ser pagos em uma entrada (50%) e oito parcelas. A impossibilidade de circulação pela região levou ao aumento da inadimplência, pois a maior parte dos pagamentos é feita em dinheiro.
- Partes e insumos dos sistemas fotovoltaicos tiveram aumento de preços entre 25% e 43% em 2020.



**Prátika Engenharia**  
SOLUÇÕES EM ENERGIA SOLAR.

**Impacto:**

Tese	Indicadores
Sistemas fotovoltaicos <u>off-grid</u> podem levar acesso a energia elétrica a comunidades que não estão conectadas à rede de distribuição, permitindo aumento de conforto, qualidade de vida e renda.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de sistemas fotovoltaicos instalados.</li><li>• Número de comunidades e famílias atendidas.</li><li>• Redução no consumo de diesel pelas famílias.</li><li>• Carbono que deixa de ser emitido com a substituição do diesel pelo sistema fotovoltaico.</li></ul>

- O kit mais comum alimenta uma geladeira, quatro pontos de luz e uma televisão ligados o dia todo.
- Em menos de 2 anos de operação instalaram mais de 100 sistemas, tendo beneficiado 120 pessoas apenas em 2020.
- Estimam que o diesel que deixou de ser queimado devido a instalação de sistemas fotovoltaicos em 2020 equivale ao que absorvem aproximadamente 400 árvores no mesmo período.
- Indicadores são usados para reportar resultados a investidores e para tomada de decisões dentro da empresa.



### **Contribuições do Programa de Aceleração**

O Programa permitiu acesso a recursos emergenciais não-reembolsáveis e captação de empréstimos que foram fundamentais para que a empresa seguisse viva durante a pandemia. A troca de experiências com outros empreendedores foi muito rica.

### **Próximos passos:**

- Retomar operações, quando a pandemia permitir.

### **Avaliação Geral:**

#### **Pontos de atenção:**

Restrições de mobilidade impostas pela pandemia inviabilizam a operação. Caso as restrições se prolonguem, o negócio pode estar seriamente ameaçado. Existem oportunidades de melhoria na gestão financeira.

#### **Oportunidades:**

Demanda e disponibilidade de pagar pela solução parecem abundantes. O impacto é facilmente percebido por consumidores e investidores. Possibilidade de expandir para outras regiões do estado do Pará e entrar no mercado on-grid.

### **Contribuição para resultados do Portfólio**

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
<b>11,34%</b>	<b>0%</b>	<b>2,48%</b>

ano de entrada no programa: **2019**

### **Resumo**

Produz ração para peixes utilizando como insumos alternativos materiais que cooperativas da região descartariam, como caroço de açaí, resíduos de castanha, tucumã etc. Está desenvolvendo ração orgânica, que é mais barata e agrega valor ao peixe para o consumidor final.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Captar R\$200 mil para adquirir caminhão e implementar entreposto de processamento de peixe, beneficiando criadores de toda a região.

### **Destaques 2020:**

- Investimento realizado pelo Programa de Aceleração permitiu aumentar a capacidade produtiva, de 600 kg para 3 toneladas por dia, o que supre a demanda da região. Os novos equipamentos só foram instalados no início de 2021, devido às restrições impostas pela pandemia.
- As operações foram suspensas por três meses.
- Restrições de mobilidade dificultaram a coleta de insumos e a entrega do produto aos clientes.



**QUALIDADE & NUTRIÇÃO**

**Impacto:**

Tese	Indicadores
Desenvolver uma ração orgânica para peixes permite agregar valor ao produto de comunidades ribeirinhas da região, aumentando sua renda e qualidade de vida, ao mesmo tempo em que reduz a produção de lixo das cooperativas e indústrias da região ao utilizá-lo como insumo.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda por ração alternativa.</li><li>• Quantidade de material desviado do aterro.</li></ul>

- O foco do empreendedor é contribuir para o desenvolvimento da comunidade de Presidente Figueiredo (AM), especialmente seus membros mais vulneráveis, por meio da agregação de valor ao peixe produzido por eles.
- Criação do entreposto permitiria aumentar o preço de venda dos produtos em 150%, aumentando a renda que fica para os pequenos produtores.



### Contribuições do Programa de Aceleração

Aporte de recursos do Programa e de parceiros em 2019 permitiu ampliar capacidade de produção em 2020. Visibilidade proporcionada elevou o sentimento de realização do empreendedor e ampliou sua confiança na missão.

### Próximos passos:

- Obter licença para embalagem do peixe.
- Criar entreposto para processamento e embalagem, o que tiraria da cadeia os frigoríficos e permitiria aumentar a renda dos pequenos produtores.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Há espaço para melhorias na gestão, especialmente financeira.

#### Oportunidades:

Excelente visão estratégica, conhecimento do mercado e foco no impacto. Implantação do entreposto e obtenção de licenças necessárias, bem como o desenvolvimento da ração orgânica, têm potencial de alavancar o negócio e seu impacto.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
0,13%	0%	0%

ano de entrada no programa: **2019**

### **Resumo**

Possui tecnologia própria que permite a vulcanização do látex pelos extrativistas, aumentando a qualidade da borracha e a renda dos seringueiros. A Seringô opera com um modelo híbrido, com uma cooperativa e uma ONG. A cooperativa tem mais de 500 famílias associadas, que fornecem borracha vulcanizada, transformada em calçados. Além disso, compra e distribui o artesanato em látex. A ONG é financiada pela cooperativa para prover assistência técnica e insumos aos seringueiros, seja para a produção de borracha vulcanizada ou de artesanato.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Lançar e distribuir tênis de látex orgânico.

### **Destaques 2020:**

- No início do ano, fecharam contrato com a Alpargatas, que envolvia a garantia de compra de sandálias. Com o início da pandemia, a companhia rescindiu o contrato. O valor da multa rescisória foi usado para desenvolver o tênis em parceria com empresa do Rio Grande do Sul, além de adaptar a fábrica e comprar maquinário.
- As operações ficaram suspensas durante oito meses, período que foi aproveitado para realizar reformas e instalação de máquinas na fábrica.



**Impacto:**

Tese	Indicadores
A revitalização da indústria da borracha e a agregação de valor pelos seringueiros permite complementar a renda dessas comunidades e reduzir os incentivos para a extração ilegal de madeira.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valor pago pelo quilo da borracha, excedente ao valor de mercado.</li><li>• Quantidade de borracha produzida pelos cooperados.</li><li>• Melhorias de infraestrutura nas casas dos cooperados, como instalação de sistemas fotovoltaicos, coleta e tratamento de água da chuva e instalações sanitárias adequadas.</li></ul>

- A venda da borracha é um complemento de renda para as famílias cooperadas, que equilibra a sazonalidade do açaí e reduz a pressão por extração ilegal de madeira.
- Estima que, em média, os cooperados tenham renda anual com a venda de borracha de R\$3 mil.
- Paga R\$3 a mais que o mercado por quilo de borracha, devido à maior qualidade. Para os produtores com certificação orgânica, acrescenta mais R\$2 por quilo.



### Contribuições do Programa de Aceleração

Acesso a recursos em empréstimos, diretamente pelo programa e por meio de parceiros, em 2019.

### Próximos passos:

- Em discussão com investidores para ampliar produção do tênis e iniciar exportações para a Europa.
- Espera ampliar o número de cooperados, de 500 para 3.000 em três anos, e chegar a 10.000 em 10 anos.
- Desenvolver mais produtos de alto valor agregado, como o tênis.
- Transformar ONG em certificadora de produção orgânica para reduzir custo e facilitar acesso aos cooperados.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

Mercado da moda pode ser volátil e empreendedores não têm expertise no setor. Há espaço para tornar a gestão financeira mais robusta.

#### Oportunidades:

Desenvolvimento de produto com maior valor agregado pode ser oportunidade de aumentar significativamente a renda dos cooperados e escalar o impacto para toda a região.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
2,19%	1,69%	9,32%

ano de entrada no programa: **2020**

### **Resumo**

A Tucum capacita artesãs e artesãos indígenas para comercializarem seus produtos e os ajuda a chegar até os consumidores finais por meio de vendas online e de lojas físicas no Rio de Janeiro. Além do desenvolvimento dessa cadeia, a organização promove a valorização da arte e artesanato indígenas pelo mercado consumidor.

### **Precisa de apoio em 2021:**

- Reduzir custo logístico. Há casos em que o frete fica mais caro que o produto.
- Desenhar a estratégia de internacionalização para Europa e EUA.

### **Destaques 2020:**

- Mudança de modelo em curso, de distribuidor para plataforma de conexão entre produtores e consumidores finais.
- Estruturação do modelo de negócio em torno de dois serviços: assistência técnica, vendida diretamente a comunidades indígenas ou a seus parceiros estratégicos, com vistas a capacitar as comunidades em temas como gestão financeira, logística e posicionamento de marca; e acesso a mercado, inicialmente por meio de distribuição de arte e artesanato indígenas e, recentemente, por meio de um marketplace que conecta as comunidades diretamente com os consumidores finais.
- Transição do modelo de distribuição para o de marketplace. Três comunidades parceiras já atuam nesse formato.
- A pandemia forçou o adiamento de capacitações presenciais e a migração para o formato online, o que inviabilizou a participação de algumas comunidades. Apesar disso, o aumento de vendas online compensou a queda nas vendas em lojas físicas.

**TUCUM**



**Impacto:**

Tese	Indicadores
A valorização da arte e do artesanato indígena passa por acesso adequado a mercados estratégicos e permite gerar renda e qualidade de vida para comunidades que contribuem com a preservação da floresta e de seus povos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hectares preservados.</li> <li>• Renda gerada.</li> <li>• Número de vendedores capacitados para venda online.</li> <li>• Número de mulheres que acessam e vendem direto na plataforma.</li> <li>• Número de acessos e retorno por acesso.</li> </ul>



- Os indicadores de impacto são utilizados para tomada de decisão interna, comunicação com compradores e também para criar confiança e ter uma relação de transparência com as comunidades indígenas parceiras.
- Estão se preparando para serem certificados como empresa B e Fair Trade, reconhecimentos do impacto gerado que ajudam a acessar mercados internacionais.
- A visão de longo prazo é transferir a gestão do negócio para os povos indígenas que vendem na plataforma, para que se beneficiem plenamente dos benefícios gerados pelo acesso a mercados.

- A área preservada equivale à proporção dos habitantes de cada Terra Indígena ou Unidade de Conservação que pratica artesanato e o comercializa pela plataforma da Tucum. Assim, se, por exemplo, artesãos correspondem a 15% da população em determinada Terra Indígena, a Tucum considera que contribuiu para a preservação de 15% do território daquela Terra Indígena.
- Consideramos que o impacto nos mais de 2,2 milhões de hectares preservados é indireto, pois os artesãos e artesãs que vendem pela plataforma da Tucum também têm outras fontes de renda.

### Contribuições do Programa de Aceleração

O programa de aceleração trouxe acesso a recursos em premiação e financiamento de impacto com condições favoráveis, além de possibilitar que a Tucum avançasse nas vendas online por meio de parceria com o Mercado Livre.

### Próximos passos:

- Criar conselho com representantes das comunidades indígenas com que trabalham, com vistas a que se apropriem do negócio e possam assumir a liderança no futuro.
- Exportar para Europa e EUA, possivelmente com um centro de distribuição.

### Avaliação Geral:

#### Pontos de atenção:

O negócio precisa aumentar substancialmente suas vendas no curto prazo para conseguir honrar os financiamentos contraídos sem prejudicar seu desenvolvimento. O prolongamento da pandemia pode dificultar a relação e a capacitação de comunidades com menos acesso a internet. A situação econômica no Brasil e no exterior pode reduzir a demanda por seus produtos.

#### Oportunidades:

Consumo consciente e Amazônia estão em alta, tanto no Brasil quanto fora. Situação cambial e visibilidade (ainda que negativa) da região amazônica podem favorecer a entrada nos mercados da Europa e EUA.

### Contribuição para resultados do Portfólio

Faturamento	Hectares preservados	Pessoas beneficiadas
6,69%	83,59%	51,57%

## Relatório de Impacto 2020 do Programa de Aceleração e Investimento de Impacto da PPA

### Elaboração

Base Estratégica

### Autor

Samir Hamra

### Assistente de pesquisa

Lidyane da Silva Barros

### Coordenação

João Maxwell

Mônica C. Ribeiro

### Supervisão

Ana Carolina Bastida

Mariano Cenamo

### Revisão

Ana Carolina Bastida

Mariano Cenamo

Mônica C. Ribeiro

### Seleção de imagens e supervisão de diagramação

Mônica C. Ribeiro

### Projeto gráfico e diagramação

Luciano Schinke



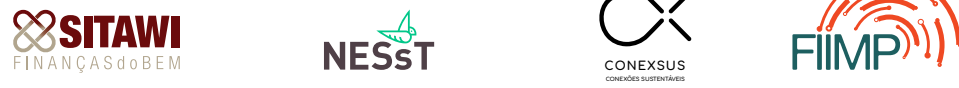
INSTITUIÇÕES DO GT EMPREENDEDORISMO



APOIO ESTRATÉGICO/INVESTIDORES



ACELERADORAS E INVESTIDORES PRIVADOS



PARCEIROS DO PROGRAMA DE ACELERAÇÃO

