



2

FESTIVAL DE INVESTIMENTOS DE
IMPACTO &
NEGÓCIOS
SUSTENTÁVEIS NA AMAZÔNIA



AMAZÔNIA:

conexões e caminhos
para uma nova
economia

Powered by
re|set



A AMAZÔNIA A PARTIR DA AMAZÔNIA

Depois de muito tempo sem nos encontrar por causa das restrições sanitárias trazidas pela pandemia da covid-19, conseguimos estar todos juntos – empreendedores e empreendedoras com atuação na Amazônia, financiadores, dinamizadores, organizações da sociedade civil, academia, enfim, integrantes do ecossistema de impacto amazônico.

E não foi um reencontro qualquer. Falamos sobre a Amazônia a partir da Amazônia, em Manaus, durante a realização do 2º FIINSA (Festival de Investimentos de Impacto e Negócios Sustentáveis na Amazônia), nos dias 29 e 30 de novembro de 2022.

Para além da alegria do encontro e das oportunidades de conexão, a segunda edição do FIINSA trouxe muito conteúdo e reflexão sobre esse ecossistema em desenvolvimento. Que hoje já é visível e perceptível por muito mais gente do que quando realizamos o 1º FIINSA, em 2018.

Por essa razão, resolvemos deixar acessível àqueles que estiveram conosco em Manaus, e também aos que não tiveram a oportunidade de lá estar, uma parte dessas reflexões e conhecimento, reunida neste ebook que agora você tem em mãos.

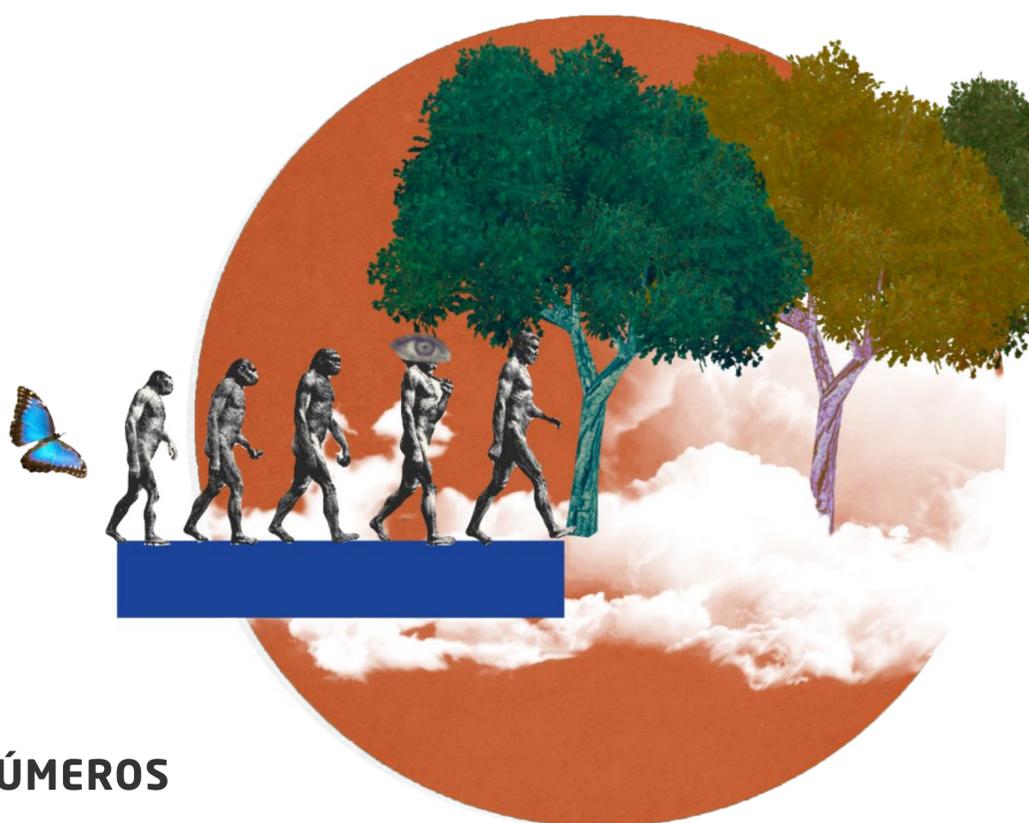
Esse conteúdo é um convite a continuarmos nossas conexões, reflexões e arranjos e avançarmos, cada vez mais, no fomento e consolidação desse ecossistema de impacto na Amazônia. Que é a vanguarda, a semeadura de um novo modelo de desenvolvimento mais virtuoso, que valoriza a floresta em pé e as populações que habitam a floresta.

Fique de olho: a 3ª edição do FIINSA acontece em 2024.
Até lá!

Os organizadores



ÍNDICE



04 **FIINSA EM NÚMEROS**

05 **GUILHERME LEAL:**
INCLUIR PARA TRANSFORMAR

06 **FUTURO DA AMAZÔNIA E DO BRASIL:**
COMO ESTAREMOS EM 10 ANOS?

07 **ECOSSISTEMA:**
O CENÁRIO AMAZÔNICO E SEUS DESAFIOS

09 **IMPACTO:**
COMO VALORAR?

11 **INVESTIMENTOS:**
QUAL O MELHOR?

12 **BIOECONOMIA:**
CAMINHOS POSSÍVEIS PARA ESTA CONSTRUÇÃO

14 **PPBIO:** O PROJETO QUE VEM MUDANDO
O CENÁRIO NA REGIÃO E NO PAÍS

15 **CARBONO:**
COMO GARANTIR INTEGRIDADE

17 **EMPREENDEDORISMO:**
COMO NASCE UM NEGÓCIO DE IMPACTO?

19 **OS DESAFIOS DE QUEM QUER
SER "UNICÓRNIO"**

21 **STARTUPS:** AS SELECIONADAS DURANTE
O FIINSA PARA ACELERAÇÃO PELA AMAZ

22 **O FIINSA EM FRASES E FOTOS**

FIINSA EM NÚMEROS

O festival cresceu: o número de participantes na segunda edição mais que dobrou em relação à primeira

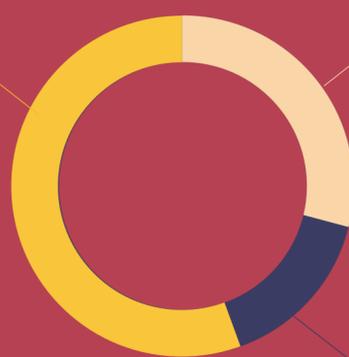


572

PARTICIPANTES
(250 NA PRIMEIRA EDIÇÃO)

62,3%

DO PÚBLICO PARTICIPANTE DE MANAUS (AM)



25,9%

DE BELÉM (PA), SANTARÉM (PA), RIO BRANCO (AC), IRANDUBA (AM), RIO DE JANEIRO (RJ), BRASÍLIA (DF), BELO HORIZONTE (MG), FLORIANÓPOLIS (SC)

11,8%

DE SÃO PAULO (SP)



134

PAINELISTAS



29

PAINÉIS



4

OFICINAS



1

RODADA DE PITCHES



R\$ 62 mil

em vendas no Mercado Amazônia



MAIS DE 40 NEGÓCIOS participaram do Mercado

100 ÁRVORES serão plantadas em Apuí para compensar 35t CO2 emitidos



GUILHERME LEAL:

INCLUIR PARA TRANSFORMAR

“Não existe agenda verde sem inclusão social da população amazônica, que tem condições de assumir o protagonismo.” Assim o empresário e investidor Guilherme Leal, copresidente e cofundador da Natura, abriu a segunda edição do FIINSA, no dia 29 de novembro, em Manaus. Por videoconferência, a palestra de Leal adiantou muito do que seria debatido nos 29 painéis e dois dias do festival:

não é possível transformar o cenário econômico e socioambiental na Amazônia sem a atuação de quem mais entende da região, as pessoas que lá nasceram e vivem.

Para o empresário, a Amazônia é hoje a maior oportunidade que o Brasil tem de promover desenvolvimento sustentável e liderar a chamada economia regenerativa. “Se quisermos preservar as riquezas amazônicas e tirar delas proveito, precisamos atender às necessidades básicas de educação, segurança, moradia, de conectividade desta população. A Amazônia diferencia o Brasil do resto do mundo e nos dá a oportunidade de assumir um protagonismo na construção da nova e necessária economia regenerativa.”

Empreendedorismo como caminho

Leal, que começou a empreender aos 29 anos e há cerca de duas décadas tomou a decisão estratégica de investir na biodiversidade brasileira para construir um diferencial competitivo para a Natura, enxerga o empreendedorismo como ferramenta fundamental nesta travessia rumo à nova economia.

“Não existe desenvolvimento sustentável sem empreendedores unidos deste propósito. E precisamos de lideranças que reforcem o espírito original de fazer negócio, o espírito de quem entende problemas como oportunidades de construir soluções e prosperidade para cidadãos e para o planeta.”

Outra ferramenta relevante citada pelo empresário é a colaboração entre empreendedores, investidores, governo e cidadãos. “Não é possível construir soluções sistêmicas sozinho. Daí a importância de eventos como o FIINSA e de redes que são criadas pelas aceleradoras. São instrumentos fundamentais.”



Guilherme Leal: “Empresas, isoladamente, não mudam nada”

FUTURO DA AMAZÔNIA E DO BRASIL:

COMO ESTAREMOS EM 10 ANOS?

Em negócios de impacto e sociobiodiversidade, não existem planos no presente sem que antes haja uma reflexão sobre onde se pretende – e é possível – chegar. Por isso, o primeiro painel do FIINSA, mediado por Mariano Cenamo (Idesam/AMAZ) e Juliana Teles (Impact Hub Manaus), reuniu Denis Minev (BEMOL), Juma Xipaya (Aldeia Kaarimã/Instituto Juma) e Fersen Lambranco (GP Investments/G2D Investments) para discutir o cenário futuro.

“Eu queria que, no futuro, um ribeirinho abrisse um evento como o FIINSA, compartilhando seu case de sucesso”, disse Minev. Xipaya concordou que faltam oportunidades para os povos e culturas locais. **“Precisamos mudar a visão de empreendedorismo e de capital, eu quero poder empreender sem precisar sair da minha comunidade ou me distanciar de minha cultura.”**

Investidor, Lambranco afirmou que não coloca dinheiro em fundos liderados por quem está distante da realidade amazônica. “A única chance é alguém daqui fazer acontecer aqui.” Ele também apontou três caminhos para que o futuro com que todos sonham seja possível em décadas, não em séculos. O primeiro é reunir quem tem conhecimento técnico, de logística, venda e mercado exterior, para que o compartilhem e ajudem a mudar a realidade. “É impressionante o impacto que tem a conversa de alguém que entende alguma coisa com alguém que está tentando fazer alguma coisa”, afirmou.



Fersen Lambranco: valorizar o saber local

O segundo é o investimento em ciência e o terceiro, em tecnologia da comunicação. “Para isso, precisamos mobilizar governo”, defendeu Lambranco. “Para a Amazônia ficar intacta e aumentar sua extensão, ela terá de se comunicar com o mundo de forma digital. Só assim tudo o que acontece aqui poderá de fato ter impacto.”



ECOSSISTEMA:

O CENÁRIO AMAZÔNICO E SEUS DESAFIOS

Uma das cinco trilhas temáticas da programação do FIINSA foi batizada de “Estruturando o ecossistema”, e os painéis que a compuseram debateram ações, responsabilidades, desafios e atuações de grandes empresas, investidores e até de comunicadores nas atuais pautas ESG. **“Essa edição nos surpreendeu com a qualidade dos debates promovidos. Foram muitas conexões, contato direto com empreendedores e empreendedoras que atuam na Amazônia sob a lógica de manter a floresta em pé, com produtos e serviços que essa economia já gera”**, disse Mariano Cenamo, diretor de novos negócios do Idesam e CEO da AMAZ Aceleradora de impacto.

Juliana Teles, do Impact Hub Manaus, concordou. “O FIINSA já se consolida como o maior ponto de encontro de empreendedores e investidores, organizações de suporte como incubadoras, aceleradoras, universidades, ONGs e até mesmo órgãos de governo e organizações de fomento para discutir os desafios e as oportunidades para o fortalecimento do ecossistema de negócios da região”.

A trilha teve seis diferentes painéis: “Construindo um ecossistema de impacto na Amazônia: ação integrada e multissetorial”, “O papel das intermediárias”, “Desafios de comercialização, logística e distribuição”, “Atuação de grandes empresas e as pautas de ESG e investimento social privado na Amazônia”, “Comunicação de impacto: o que fazer para evitar o greenwashing em tempos de tsunami ESG” e “Além dos números: como valorar impacto socioambiental”.

O cenário atual apresenta vários problemas: de logística e distribuição, de medição de impactos reais, e um ainda mais grave: a violência. “O Brasil é o pior país para ambientalistas viverem. Nós, indígenas e ribeirinhos, não temos outra opção que não seja nos colocar como constante resistência. Nosso ativismo é ferramenta de transformação”, apontou a ribeirinha Odenilze Ramos. A cultura do ilegalismo nos interiores da Amazônia, como concordou Caetano Scannavino, da ONG Projeto Saúde & Alegria, precisa ser fortemente combatida. “Ali o legal é ser ilegal. E isso precisa mudar.”



*Odenilze Ramos:
resistir para transformar*

BATE-BOLA COM DENIS MINEV

Grande conhecedor da realidade e do mercado amazônico, o empresário é diretor-presidente da Bemol e co-fundador da Fundação Amazonas Sustentável, do Museu da Amazônia e da plataforma Parceiros Pela Amazônia. Conversamos com ele sobre os caminhos para o Brasil se reinventar através da região.



Para Denis Minev, é preciso ter ambição para a Amazônia

O novo governo promete políticas para manter a floresta em pé. Como você enxerga esse debate?

Às vezes, de fora, se tem uma visão sonhadora e romântica, de que é possível uma Amazônia inteira ocupada por populações tradicionais praticando o extrativismo em harmonia com a floresta. Não é a realidade da região e nem é um cenário desejável para a maior parte da população daqui. Em alguns casos o extrativismo se encaixa, mas é parte pequena da solução para trazer a prosperidade para 25 milhões de pessoas que vivem na região.

O que fazer para que essa prosperidade alcance as 25 milhões de pessoas?

Para trazer prosperidade, é preciso produtividade — essa resposta se aplica a todas as regiões do mundo, inclusive à Amazônia. As soluções serão sempre imperfeitas sob algum aspecto; ainda assim, é necessário que se tenha escala grandiosa — e daí a busca por ambição— para ser transformador. Qual a ambição do Brasil sobre a Amazônia? Deveria ser a de o Brasil se reinventar através da região, de reencontrar sua vocação de grande nação.

E quais os caminhos a trilhar para isso?

Darei três exemplos possíveis, ao alcance da nossa geração. Um, ciência. A Amazônia pode ser o palco do desenvolvimento científico nacional, na busca por descobertas que o mundo inteiro reconhece que ela guarda, e alçar o Brasil à categoria de potência científica global. Dois, recuperação de áreas degradadas. Temos cerca de 70 milhões de hectares de áreas degradadas e pouco ou nada produtivas. Recuperar uma fração delas com agroflorestas produtivas torna o Brasil uma potência ambiental e alimentícia maior ainda. Três, produção de proteína de peixe. Os peixes da Amazônia, se cultivados por piscicultura adensada, utilizando 1% das áreas já desmatadas, geram uma produção maior que o PIB atual da região, além de proteína suficiente para resolver boa parte dos problemas alimentares globais. Apenas com uma escala de ambição desta magnitude — e ações que a tornem realidade — o Brasil tem chance de alinhar os interesses nacionais, regionais e globais sobre a região.

IMPACTO:

COMO VALORAR?

O desafio é imenso: como transformar em números tangíveis os impactos de diferentes negócios sobre a floresta e seu povo? Um primeiro passo foi dado na questão ambiental, com os mercados de carbono, mas há diversos outros ativos na Amazônia que ainda precisam ser traduzidos para o mundo – e não apenas o financeiro.



Há atualmente no mercado diferentes metodologias utilizadas. Mas o que se debateu durante o FIINSA, especialmente durante o painel “Além dos números: como valorar impacto socioambiental”, é que nenhuma régua é mais importante do que reeducar investidores para que sejam capazes de entender as particularidades da região Amazônica.

Para vários painelistas, essa reeducação passa por um conhecimento que vai além do impacto ambiental, compreende também o social, o cultural. Para muitos investidores, especialmente estrangeiros, a bioeconomia na região ainda é sinônimo apenas de floresta e desmatamento, uma visão equivocada e limitada.

“Os negócios de impacto ali exigem um capital paciente, mais flexível, e que assuma riscos. Além disso, os tempos de maturação e retorno do investimento são outros, muito mais lentos do que outros mercados costumam exigir. Não é preciso descer a régua, mas sim readequá-la.”

Greta Salvi, diretora no Brasil da rede Latimacto

Outro ponto importante é o custo, ainda alto, das avaliações de impacto. “Precisamos encontrar maneiras de torná-las menos onerosas aos negócios que ainda estão se estruturando, ou eles ficam inviáveis”, explica Salvi, que

reforça a necessidade de investidores tirarem o foco dessas avaliações, para mirarem cada vez mais no conhecimento sobre os negócios e seus potenciais impactos.

“É uma construção colaborativa. Investir sem acompanhar, entender, ensinar e aprender não funciona na Amazônia.”

Greta Salvi, diretora no Brasil da rede Latimpecto

Comunidades e o impacto local

Modelos de negócios já existentes em comunidades e cooperativas da Amazônia foram compartilhados durante o FIINSA, em diferentes painéis, por quem mais entende da floresta e de sua dinâmica: a população local. No debate “Negócios comunitários: impacto e geração de renda local”, José Rodrigues Araújo (Cooperacre), Adevaldo Dias (ASPROC) e Maria Daiana (Coopaflora) listaram cinco ensinamentos dos negócios comunitários.

- 1 Relação com parceiros:** nada se faz sozinho, e sem transparência.
- 2 Paciência:** comunidade e clientes precisam saber que não se muda a Amazônia e a população em uma única safra.
- 3 Conhecimento:** nunca se sabe tudo, e é de trocas de experiências, acertos e erros entre comunidades, que vem o aprendizado e o aprimoramento.
- 4 Assistência:** “Não adianta apenas comprar o que produzimos, precisamos também de acompanhamento para irmos adiante”, disse Araújo.
- 5 Dinheiro:** seja de onde ele vier, tem de vir adiantado. “Sem o adiantamento, não conseguimos produzir ou sobreviver”, explicou Dias.



INVESTIMENTOS:

QUAL O MELHOR?

Negócios de impacto e a realidade amazônica, com suas especificidades, exigem investimentos e financiamentos adequados à sociobioeconomia. Ou seja, o que funciona na maioria dos mercados pode não funcionar na região. Este foi o ponto de partida de vários painéis do FIINSA, que debateram as possibilidades que cabem quando se pretende gerar renda para as comunidades, promover viabilidade e competitividade econômica e manter a floresta em pé.

Em “Qual o melhor tipo de investimento para alavancar o meu negócio?” Nick Oakes, diretor do fundo de impacto Amazon Biodiversity Fund (ABF), apontou o caminho para investidores: **“Não vale a pena perder tanto tempo nas modelagens, o impacto é o que deve ser sempre o foco”**.

Para Mariano Cenamo, que moderou o debate, uma grande garantia ao decidir investir vem do olho no olho. “É fundamental perceber se o empreendedor está mesmo disposto a dar tudo de si para alcançar o impacto programado.” Ele ressaltou que não basta investir e esperar resultados de longe. **“Tem de oferecer assistência técnica e ser capaz de atender demandas individuais. Em negócios de impacto, o modelo é sempre de muita colaboração.”**

No painel “Blended finance: a importância do financiamento híbrido para fomentar negócios sustentáveis”, a pauta foi como o modelo que inclui capital de fontes diversas, inclusive filantrópico, viabiliza negócios de impacto. Andrea Azevedo, diretora do Fundo JBS pela Amazônia, defendeu que este tipo de financiamento minimiza riscos para investidores tradicionais. **“Negócios de impacto costumam dar retornos de longo prazo e têm desafios sociais e ambientais específicos para trabalhar.”**

Para Fernando Russo, fundador do Meraki Impact, fundo de investimento de impacto focado em agricultura regenerativa e bioeconomia, o blended finance ajuda, de fato, a solucionar gargalos. **“Private equity e venture capital não atendem esses empreendedores.”**



Fersen Lambranco, da GP e da G2D, corroborou: **“Não há hoje nenhum fundo de venture capital brasileiro capaz de investir na Amazônia e ser efetivo. As métricas que orientam habitualmente o fluxo de capital no mundo não funcionam e não vão funcionar aqui.”**



BIOECONOMIA:

CAMINHOS POSSÍVEIS PARA ESTA CONSTRUÇÃO

Se as expectativas dos fundos de investimento com relação a prazos e escala de negócios são impraticáveis na bioeconomia amazônica, quais devem ser, então, os passos a seguir? Foi o que se discutiu no painel “Caminhos possíveis: alternativas para se construir uma nova economia”, moderado por Virgílio Viana, da Fundação Amazônia Sustentável (FAS). Para Patricia Daros, diretora de operações do Fundo Vale, ainda há muitas incertezas, e o momento exige coragem dos investidores. “A questão não está apenas na escala, mas na dicotomia entre escala e impacto”, ela disse.

Além do potencial impacto de cada negócio, Gustavo Pinheiro, coordenador de economia de baixo Carbono do Instituto Clima e Sociedade (iCS), apontou outra questão fundamental a ser considerada.

“**O modelo econômico tradicional é a antítese da diversidade, o oposto do que é a floresta. É clara a importância de aprendermos com a cultura dos povos da região, porque são os poucos que sabem se relacionar de maneira harmoniosa com esta diversidade.**”

— Gustavo Pinheiro, coordenador de economia de baixo Carbono do iCS

Para Pinheiro, a cultura deve ser traduzida em valores inclusive para maior engajamento do setor financeiro. E, a partir da colaboração com estes povos e seus saberes, será possível construir limites e alinhar conexões que levem a bioeconomia a um patamar além da emissão de carbono.

Os limites, segundo Rita Mesquita, coordenadora de extensão do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia, devem ser estabelecidos sempre com contribuição da ciência. “Mas não vejo isso acontecer em muitos dos contratos firmados.” Mesquita também criticou o formato ainda extremamente individual do empreendedorismo na região. “Precisamos de muito mais coletividade.”

Para a pesquisadora, tudo o que hoje há no cenário dos negócios na Amazônia ainda é apenas uma mitigação do que de fato é necessário para resolver os problemas da região. “Estamos nos satisfazendo com muito pouco.”



Gustavo Pinheiro, do Instituto Clima e Sociedade: “A Amazônia nos ensina a ter humildade”

Com a palavra...

Juma Xipaia, cacica da aldeia Kaarimã, de Altamira (PA)



“Nós, povos indígenas, também temos nossas ciências e saberes. E quando eles não são reconhecidos, quando precisamos nos adaptar aos de fora, a gente abre mão daquilo que é nosso. Isso é terrível, porque então não aproveitamos para trabalhar em colaboração, para nos complementarmos e, assim, potencializarmos as comunidades e a economia da floresta.”

PPBio: O PROJETO QUE VEM MUDANDO O CENÁRIO NA REGIÃO E NO PAÍS



Representantes das empresas homenageadas durante o FIINSA: parceria

Pesquisa, desenvolvimento e inovação foram temas de alguns painéis durante o FIINSA, com falas sempre focadas em conexões, tecnologia, negócios disruptivos e investimentos que façam sentido para manter a floresta viva – e seu povo com mais qualidade de vida.

Além dos debates, foram promovidos um biohub – feira de conexões entre atores do ecossistema de bioeconomia – e uma oficina de projetos para o Programa Prioritário de Bioeconomia (PPBio) – política pública da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), sob a coordenação do Idesam, organização que fomenta negócios de impacto e conecta investidores com startups, correalizadora do festival.

Empresas privadas que atuam na Zona Franca obrigatoriamente destinam investimentos em P&D como contrapartida por incentivos fiscais, e o PPBio tem como missão captar estes recursos para geração de novos produtos, serviços e negócios para a Bioeconomia Amazônica. Nos últimos quatro anos, o programa reuniu 31 empresas apoiadoras e mobilizou R\$ 30 milhões para o fortalecimento de projetos em cinco Estados da região. Para o primeiro semestre de 2023, já estão planejados outros R\$ 54 milhões. **“Precisamos sair do casulo dos incentivos fiscais para ajudar a região a ser mais competitiva”**, disse em um dos painéis Mariana Barella, da indústria de plásticos Tutplast, empresa que investe em bioeconomia pelo PPBio.

Também durante o FIINSA, houve uma homenagem aos nove maiores investidores do PPBio: Foxconn, Samsung, Flex, GBR, Positivo, Mastercoin, OGGI, Denso e Avell.

“O FIINSA é uma oportunidade enorme de conexão entre o conhecimento da Amazônia e investimentos em novos negócios”, disse Carlos Koury, diretor de inovação em bioeconomia do Idesam e coordenador do PPBio.

CARBONO:

COMO GARANTIR INTEGRIDADE



Victoria Bastos (Idesam), Almir Suruí (Paiter-Suruí), Janaina Dallan (Aliança NBS Brasil) e Bruno Aranha (BNDES) debatem sobre carbono

Até 2025 o Brasil precisa reduzir as emissões de gases do efeito estufa em 37% comparado com o que emitia em 2005. Em 2030, a meta é chegar em 50%. O cenário até aqui, no entanto, é preocupante: em 2021 o país emitiu 489,858 toneladas de CO₂, um aumento de 10,26% comparado ao ano anterior. O debate sobre regulação e maneiras de combater o problema do desmatamento e da alta emissão de carbono também fez parte do FIINSA.

“O crédito de carbono é o maior projeto de conservação da floresta”, afirmou Almir Suruí, líder maior do povo Paiter Suruí, de Rondônia, no painel **“Mercados de carbono: A oportunidade da década para conservação e restauração de florestas?”**.

Em 2007 o povo Suruí iniciou o Projeto de Carbono Florestal Suruí, primeiro projeto de REDD+ indígena validado nas certificações internacionais do Verified Carbon Standard e Climate Community and Biodiversity Standard.

Do lado dos compradores, a maior preocupação é a integridade dos projetos e dos créditos obtidos. “Garantir com estratégias de médio e longo prazo a preservação do território e maneiras de constantemente avaliar os parceiros envolvidos é fundamental para esta integridade”, disse Janaina Dallan, da Aliança NBS Brasil.

“Tem de haver escuta ativa, leis anticorrupção, boa governança e transparência. E respeitar ao máximo as comunidades locais, com diagnósticos sociais da região. Caso contrário, teremos um crédito sem qualidade.”

Bruno Aranha, do BNDES, concordou:
“Nenhum comprador quer sua reputação abalada”.



Com a palavra...

Natalie Unterstell, presidente do Instituto Talanoa, cuja missão é contribuir para resolver a crise climática, e membro do Painel de Acreditação do Fundo Climático Verde.



“A nossa economia precisa ser descarbonizada por questões de comércio exterior. O principal desafio para o Brasil é descontaminar as cadeias produtivas de desmatamento e, ao mesmo tempo, estabelecer um sistema de teto, metas e comércio (o chamado cap-and-trade) para regular, via preço, as emissões associadas a indústrias e processos IPPU (Processos Industriais e Uso de Produtos).”

O mercado de carbono doméstico teria 16% das nossas emissões, o que parece pouco. Mas, se a gente estruturar as regras deste jogo, consegue esverdear nossa indústria e evitar que nossos produtos sejam taxados por conteúdo de carbono lá fora. E aqui, as empresas de setores regulados poderiam comprar créditos de projetos de setores não regulados, como floresta. Criaríamos, via mercado de carbono nacional e regulado, uma demanda que será capaz de absorver essas iniciativas bacanas.

É preciso conectar a precificação das emissões da indústria com as oportunidades de proteção da floresta e até de regeneração e reflorestamento de áreas derrubadas ou degradadas.”

EMPREENDEDORISMO: COMO NASCE UM NEGÓCIO DE IMPACTO?

Investidores, empresários, acadêmicos, líderes comunitários, empreendedores – ao longo de todo o festival, todos concordaram sobre o quanto empreender com impacto real na Amazônia requer coragem, propósito, colaboração e, principalmente, conhecimento.

Um dos painéis foi além e tratou especificamente do caminho que deve ser percorrido entre uma ideia na cabeça e os resultados na prática: “Do projeto ao negócio de impacto: Como nasce um negócio? Os passos essenciais para a criação e estruturação de negócios de impacto”.

Artur Coimbra, da Na’kau Chocolates, foi um dos participantes e falou sobre como seu modelo, hoje híbrido, aliando capital filantrópico a outros tipos de investimentos, começou. **“O negócio nasceu de forma romântica, totalmente voltado para o impacto que queríamos alcançar. Tanto que nos quatro ou cinco primeiros anos investimos muito dinheiro próprio na operação do campo, estruturando e capacitando as famílias produtoras, entendendo toda a cadeia do cacau”**, contou.

Quando a produção e as vendas dos chocolates deslancharam, no entanto, começou a faltar dinheiro para esta operação. Coimbra então fundou o Instituto Piagaçu, por meio do qual capta investimentos que são voltados para o fortalecimento da agricultura familiar e capacitação das comunidades que fornecem seus insumos.



*Marcos Da-Ré (CERTI),
Aline Souza (SBSA)
e Tatiana Botelho
(GoodEnergies):
primeiros passos*

“Hoje atendemos cerca de 150 famílias, que já receberam certificação orgânica e tiveram uma valorização de 150% em seu cacau, com assistência técnica permanente.”

Para Marcos Da-Ré, diretor de Economia Verde da Fundação CERTI e desde 2019 coordenador da Jornada Amazônia, moderador do debate, na Amazônia os modelos de negócio exigem, de fato, escala de valor, de impacto, e não de produção, como se espera em outros mercados.

“Essa escala de valor vem com diversidade de produção, mas, principalmente, de inovação”, apontou Da-Ré. **“O resultado deve sempre voltar para a floresta e para quem nela vive.”**

Lições de empreendedora

Joanna Martins, fundadora da empresa de alimentos Manioca, dá três dicas para quem quer abrir um negócio na Amazônia



1 Entender a Amazônia: “É um ambiente completamente diferente dos urbanos e já preparados para negócios. É fundamental compreender as nuances, o povo, o tempo, as distâncias locais, a relação que a população tem com a economia”.

2 Respeitar o conhecimento tradicional: “Além do entendimento, é preciso ter uma postura de respeito com esta realidade. Quem quer empreender na Amazônia no geral vem focado em preservação, mas esquece que o povo que mais sabe manter a floresta viva é o que habita esta floresta há séculos. Empreendedor aqui é muito mais aprendiz do que alguém que chega para ensinar”.

3 Ganhar dinheiro é consequência, não objetivo: “Quem abre um negócio aqui já pensando no lucro tende a se dar mal. O caminho é encontrar maneiras para gerar desenvolvimento, porque esta, sim, é a solução para manter a floresta viva”.



OS DESAFIOS DE QUEM QUER SER “UNICÓRNIO”



Mariano Cenamo, Geferson Oliveira, Joanna Martins e Amanda Santana no painel sobre unicórnios

O painel “Em busca do unicórnio (mapinguari) de impacto da Amazônia: desafios dos empreendedores para atingir crescimento” abriu o segundo dia do FIINSA com a história de três startups – Manioca, Tucum e NavegAM – que ainda estão longe de serem avaliadas em US\$ 1 bi, como os unicórnios do Vale do Silício, mas que já atingiram um estágio que a grande maioria dos empreendedores da região ainda busca: encontraram um modelo de negócio, captaram recursos de investidores e ganharam certa tração.

Para Amanda Santana, da Tucum, uma plataforma de marketplace que vende produtos feitos por 3 mil artesãos – 83% deles, mulheres – de 40 organizações, de 89 povos indígenas, é muito difícil mensurar o impacto de seu negócio. E, mais ainda, saber exatamente quem impactar, e como.

“É preciso que seja absolutamente verdadeiro, e não um fake impact”

Amanda Santana, da Tucum

Para a empresária, a lógica de investimentos em negócios na região ainda é colonizadora e exploratória, e este olhar precisa mudar. **“Eu vejo muito dinheiro e gente disposta a investir, mas sempre mirando apenas os ganhos financeiros. O que fazemos tem impacto social e ambiental, é fundamental que haja uma decolonização dos investimentos.”**

Joanna Martins, da empresa de alimentos Manioca, contou que sofreu com os números que passava aos investidores no início da empresa. Como ainda eram apenas projeções, e não dados reais, ficava, para ela, uma sensação de falsidade. “Mas com o tempo eu descobri que o importante é apenas mostrar onde queremos chegar”, disse, revelando que já declinou investimentos por conflito de interesses. “O empreendedor tem de ter muita certeza daquilo que quer para o seu negócio.”

Para ela, do outro lado, o investidor precisa de sensibilidade e flexibilidade, com um olhar voltado aos impactos. “Não dá para jogar dinheiro nas mãos do empreendedor e ficar esperando um retorno daqui xis anos.” A Manioca hoje beneficia e comercializa 30 produtos diferentes, de 20 ingredientes da floresta, e quase metade de seus fornecedores são agricultores familiares.

Geferson Oliveira, da startup de tecnologia NavegAM, que automatiza o fluxo de barcos, passageiros e cargas no transporte fluvial da região, também chegou a recusar um grande aporte porque o investidor não entendia o impacto e o ritmo de crescimento da empresa. Ele defende que um dos grandes desafios de empreender na Amazônia é reter mão de obra qualificada. **“O que faz de verdade uma startup ter sucesso são as pessoas. Quem busca crescer precisa de uma boa equipe, estruturada e alinhada com o propósito e com aquilo que a gente quer ser”**, disse Oliveira.

Mapinguari x Unicórnios

O uso da palavra surgiu no Vale do Silício, a meca das startups: era tão raro uma delas atingir o valor de US\$ 1 bilhão que a investidora Aileen Lee, cofundadora da Cowboy Ventures, começou a chamá-las de unicórnios. O termo pegou. **“Se os americanos usaram um animal lendário, é natural que a gente use uma lenda amazônica para as nossas startups capazes de impactar milhões de pessoas”**, brincou Mariano Cenamo. Saído da cultura indígena, o personagem escolhido é o **mapinguari**, uma preguiça gigante coberta de longos pelos, um olho na testa e a boca no umbigo.



STARTUPS: AS SELECIONADAS DURANTE O FIINSA PARA ACELERAÇÃO PELA AMAZ

Um dos eventos que aconteceram durante o FIINSA, além dos painéis e oficinas, foi a rodada de pitches de dez startups finalistas para o processo de aceleração da AMAZ. Eram, no início, 96 inscritos e apenas cinco foram selecionadas para a jornada de crescimento, que acontece este ano. São elas:



Manawara: com sede em Manaus, produz doces veganos sem glúten que tenham pelo menos 51% de ingredientes da Amazônia. Seu principal produto são balas de goma feitas não com gelatina, mas com um tipo de pectina desenvolvida especialmente para a marca.



Impacta Finance: de São Paulo, é uma startup que mapeia e ranqueia ativos cripto disponíveis para investidores segundo seus impactos socioambientais. Ao ingressar na aceleração, a ideia é passar também a desenvolver novos ativos baseados na biodiversidade da região.



Mazô Maná: de Altamira (PA), produz e comercializa alimentos funcionais liofilizados, as chamadas superfood. Trabalha com ingredientes do extrativismo sustentável e comunitário, e hoje mobiliza 14 associações da Rede de Cantinas da Terra do Meio.



Cumbaru: de Cuiabá (MT), recupera pastagens degradadas por meio de manejo sustentável e implantação de sistemas agrossilvipastoris, que combinam lavouras, árvores e pastagens.



Ekilibre Amazônia: faz cosméticos naturais veganos e está no mercado há uma década, com loja própria há oito anos. Cerca de 95% dos insumos de seus produtos são extraídos por comunidades do oeste do Pará de maneira sustentável. O portfólio já tem 50 itens.

A cara do FIINSA

A identidade visual do FIINSA foi criada pela artista multimídia manauara Rakel Caminha. Formada em Publicidade e Propaganda e cursando Design de Moda, ela usa nas artes que ilustram também estas páginas os temas base do festival – Amazônia, diversidade, ideias, sustentabilidade e inovação. **“Foi possível utilizar, através da técnica da colagem, elementos e arquétipos que fazem parte deste complexo universo de fauna, flora, rios, vida e pensamento”**, diz Caminha.



O FIINSA EM FRASES E FOTOS

“Nós indígenas não somos meros objetos de comercialização. Temos capacidade e conhecimento para nós próprios emprendermos e comercializarmos aquilo que produzimos.”

Juma Xipaya, Aldeia Kaarimã e Instituto Juma

“O setor privado e os investidores ainda precisam ter suas mentes reflorestadas.”

Fernando Russo, Meraki Impact

“Pela primeira vez, trazemos o capitalismo para uma conversa não só com a lógica colonial da exploração de recursos.”

Gustavo Pinheiro, Instituto Clima e Sociedade (iCS)

“Falta humildade para buscar soluções de logística com quem é da Amazônia e aprendeu a fazer daqui. Muitas soluções propostas não são aplicáveis à região. Nosso conhecimento da logística é ancestral.”

Geyse Ferreira, Bemol



“Ainda falamos para investidores, para estrangeiros, para uma bolha. Precisamos falar para as comunidades locais, porque a Amazônia não é apenas um bioma. Ela é o lar de 25 milhões de pessoas.”

Odenilze Ramos, produtora de conteúdo

“A questão não é voltar os olhos do mundo para a Amazônia, é Amazonizar o mundo.”

Caetano Scannavino, ONG Projeto Saúde & Alegria - PSA



Na abertura do festival, participantes recebem benção do chefe indígena Tashka Yawanawa.



Nas oficinas temáticas, houve muito encontro, novas ideias e debate.



O Mercado Amazônia mostrou diferentes produtos de negócios da região.

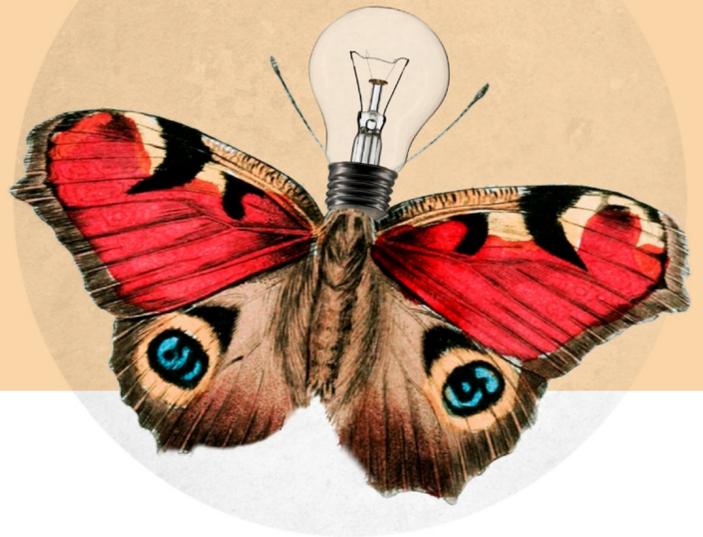


Mesas coletivas de almoço ofereceram momentos para encontros e conexões. As refeições foram preparadas pela Gastromotiva.





2. FESTIVAL DE INVESTIMENTOS DE IMPACTO & NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS NA AMAZÔNIA



Realizadores



Correalizadores:



Patrocinadores Diamante:



Patrocinadores Ouro:

Patrocinadores Prata:



Parceiros estratégicos:



Apoio:



Parceiros de mídia:

