



3^o

FESTIVAL DE INVESTIMENTOS DE
IMPACTO &
NEGÓCIOS
SUSTENTÁVEIS NA AMAZÔNIA



AMAZÔNIA ONDE FAZER FALA MAIS ALTO

Realização

idesam



Manaus

Powered by

re|set



DA AMAZÔNIA PARA A AMAZÔNIA

O FIINSA, em sua 3ª edição, consolidou-se regional e nacionalmente por realizar o debate sobre soluções para a Amazônia na própria região, mudando o eixo de localização dos eventos sobre investimentos de impacto na Amazônia que acontecem predominantemente no sudeste e sul do Brasil.

É lindo ver todo o ecossistema de impacto na Amazônia vivendo na pele a experiência local, onde os desafios e a vivência territorial provam que, aqui, **“fazer fala mais alto”**.

Toda a arquitetura do evento foi pensada para favorecer os encontros entre os diversos atores participantes, proporcionando um espaço propício à troca e à realização de negócios.

Nas palavras do próprio público, **o FIINSA já se tornou um marco e um evento necessário, sendo parte deste ecossistema**. Renovamos a certeza de que juntos e com colaboração podemos alavancar e tornar o ecossistema de finanças e negócios de impacto cada vez mais forte e resiliente.

A próxima edição do FIINSA, prevista para 2026, deverá ter o mesmo espírito: conectar toda essa diversidade de atores que pensam, fomentam e agem para colocar em marcha um desenvolvimento mais sustentável para a Amazônia.

Esperamos por vocês!

Com carinho, Idesam e Impact Hub Manaus

ASSISTA À ÍNTEGRA DE TODOS OS PAINÉIS DO FIINSA NO CANAL DO IDESAM NO YOUTUBE.



ÍNDICE



04 FIINSA EM NÚMEROS

05 UM NOVO CENÁRIO

Mariano Cenamo, do Idesam, e Juliana Teles, do Impact Hub Manaus, falam sobre a terceira edição do festival

07 AMAZÔNIA NO CENTRO DO MUNDO

É preciso reforçar o protagonismo brasileiro

08 ECOSSISTEMA

Novos investimentos, uma dose de competição (mas também muita cooperação) e belas narrativas têm construído uma rede de impacto na Amazônia

10 EMPREENDEDORISMO

Desafios e oportunidades tornam o cenário local único

12 DESENVOLVIMENTO

Caminhos e desafios – entre eles a seca na região – para seguir em frente

13 BIOECONOMIA

A economia que vem da floresta

16 SOCIOBIODIVERSIDADE

Negócios de alimentos, turismo, design, arte e moda impactam o cenário amazônico

18 GENTE

Diversidade também é tema importante nos negócios amazônicos

20 VIVÊNCIAS

Uma imersão na realidade amazônica

22 O FIINSA EM FRASES E FOTOS



FIINSA EM NÚMEROS



833

PARTICIPANTES

- 250 na primeira edição (2018)
- 572 na segunda edição (2022)

115

PAINELISTAS

- 57 mulheres
- 58 homens



233%

**DE CRESCIMENTO EM
RELAÇÃO À 1ª EDIÇÃO**



29

**PAINÉIS E OFICINAS,
EM SEIS TRILHAS
TEMÁTICAS**

**PLANTIO
DE 200
ÁRVORES E 2 MIL
M² DE ÁREA
REFLORESTADA**

em sistemas agroflorestais na Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) do Uatumã, para compensar a emissão de 60 toneladas de carbono

**7 ESPAÇOS
SENSORIAIS, DE
CONEXÃO ANCESTRAL
E CONHECIMENTO**



O Mercado Amazônia contou com uma vasta diversidade de produtos



**R\$ 115 MIL
EM VENDAS
NO MERCADO
AMAZÔNIA**



**52
MARCAS
NO MERCADO
AMAZÔNIA**



Uma das experiências sensoriais do FIINSA





UM NOVO CENÁRIO

Mariano Cenamo, do Idesam, e Juliana Teles, do Impact Hub Manaus, falam sobre a terceira edição do festival

O primeiro FIINSA, realizado em novembro de 2018, reuniu cerca de 250 participantes e teve 17 painéis. Esta terceira edição contou com 800 pessoas e debates e trocas que ocorreram ao longo de 29 painéis e de um dia especialmente dedicado a vivências práticas. Mariano Cenamo, do Idesam, e Juliana Teles, do Impact Hub Manaus, realizadores do festival, falam sobre essa evolução.

O mote do festival foi “Onde fazer fala mais alto”. Existe um avanço da realidade dos negócios amazônicos, hoje partindo de um lugar mais de prática?

Cenamo: Sim, um avanço considerável. Hoje existem negócios de impacto contribuindo significativamente para a economia da Amazônia e ainda ajudando a conservar florestas, promover prosperidade em comunidades locais e reduzir desigualdades sociais. Há cinco anos era impossível afirmar algo próximo disso. Estamos falando de algo, que eu estimo, em torno de 1.000 startups e pequenos negócios de impacto na região, em diferentes estágios.

Teles: O primeiro FIINSA foi um marco do ecossistema da região. Naquele momento, há seis anos, fizemos um mapeamento de impacto que identificou em torno de 80 organizações, e não eram necessariamente negócios de impacto. Nessa edição, tivemos quase a mesma quantidade presente apenas no Mercado Amazônia.

O número de participantes saltou de 252, na primeira edição, para cerca de 800. A que vocês atribuem essa procura maior pelo evento, e qual o impacto disso?

Cenamo: Atribuo a dois fatores que estão diretamente relacionados e contribuem para o resultado final: o crescente interesse de investidores e da sociedade pela bioeconomia na Amazônia, como solução para conter o desmatamento e o agravamento da crise climática, e o sucesso do FIINSA em reunir os melhores líderes na construção dessas soluções, trazendo aprendizados e esperança com resultados concretos. Acreditamos que fazer fala mais alto e é algo que todos querem escutar!

Teles: Acredito que seja um reflexo do próprio ecossistema. Hoje o festival se posiciona como um local onde quem está fazendo se encontra para conversar, trocar e construir junto, sem crachás, com conversa real. Trazemos espaços de mercado, de negócios, manifestações de arte e cultura, gastronomia e muitos outros detalhes, cuidadosamente pensados, num ambiente seguro, diverso, potente e com uma qualidade de participantes sem igual, de quem está muito ligado à região e às temáticas.

Qual o saldo principal desta edição do FIINSA?

Cenamo: Um legado de esperança, de que é possível se construir uma nova economia para a Amazônia! E já tem gente FAZENDO...

Teles: Consolidar a região como o centro do debate e reforçar que não é mais aceitável discutir a região sem suas populações presentes. O que estamos fazendo é sem precedentes e com um impacto imensurável, que vai reverberar por gerações.





Participantes do primeiro painel:
liderança amazônica

AMAZÔNIA NO CENTRO DO MUNDO

É preciso reforçar o protagonismo brasileiro



“A Amazônia tem uma liderança mundial na área da tecnologia tropical. Nenhum outro país do mundo tem a capacidade técnica e o conhecimento de toda essa dinâmica que estamos criando aqui.” A fala potente do economista Roberto Waack, presidente do conselho do Instituto Arapyaú, “A Amazônia no centro do mundo: por que o Brasil não pode perder essa oportunidade”, abriu os caminhos para debates, trocas, ações e inovações de mais uma edição do Fiinsa. **“Este evento é um exemplo do quanto a Amazônia tem o papel de liderar a discussão sobre a importância das florestas tropicais no planeta”, ele seguiu.**

O caminho passa por caracterizar, mensurar e valorizar o capital natural, apresentando soluções para os imensos desafios de monetização. “Não é a Amazônia que tem de se integrar ao Brasil, é o Brasil que tem de se integrar à Amazônia”, defendeu Eduardo Taveira, Secretário de Estado do Meio Ambiente do Amazonas.

Rebecca Garcia, da GBR Componentes, reforçou outro diferencial importante da região: a sabedoria ancestral. E foi corroborada por Almir Suruí, líder indígena Paiter Suruí. “Nós, povos amazônicos, temos que ser responsáveis por colocar em prática nossos desejos, nossa sabedoria”, disse.

“Precisamos ter nossa autonomia e nosso protagonismo respeitados.”

Almir Suruí, líder indígena

O protagonismo só virá se a construção for coletiva. “Negócio de impacto é um ecossistema, com diferentes stakeholders”, disse Ellen Aciolli, do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). “E todos precisam de investimento.”



ECOSSISTEMA

Novos investimentos, uma dose de competição (mas também muita cooperação) e belas narrativas têm construído uma rede de impacto na Amazônia

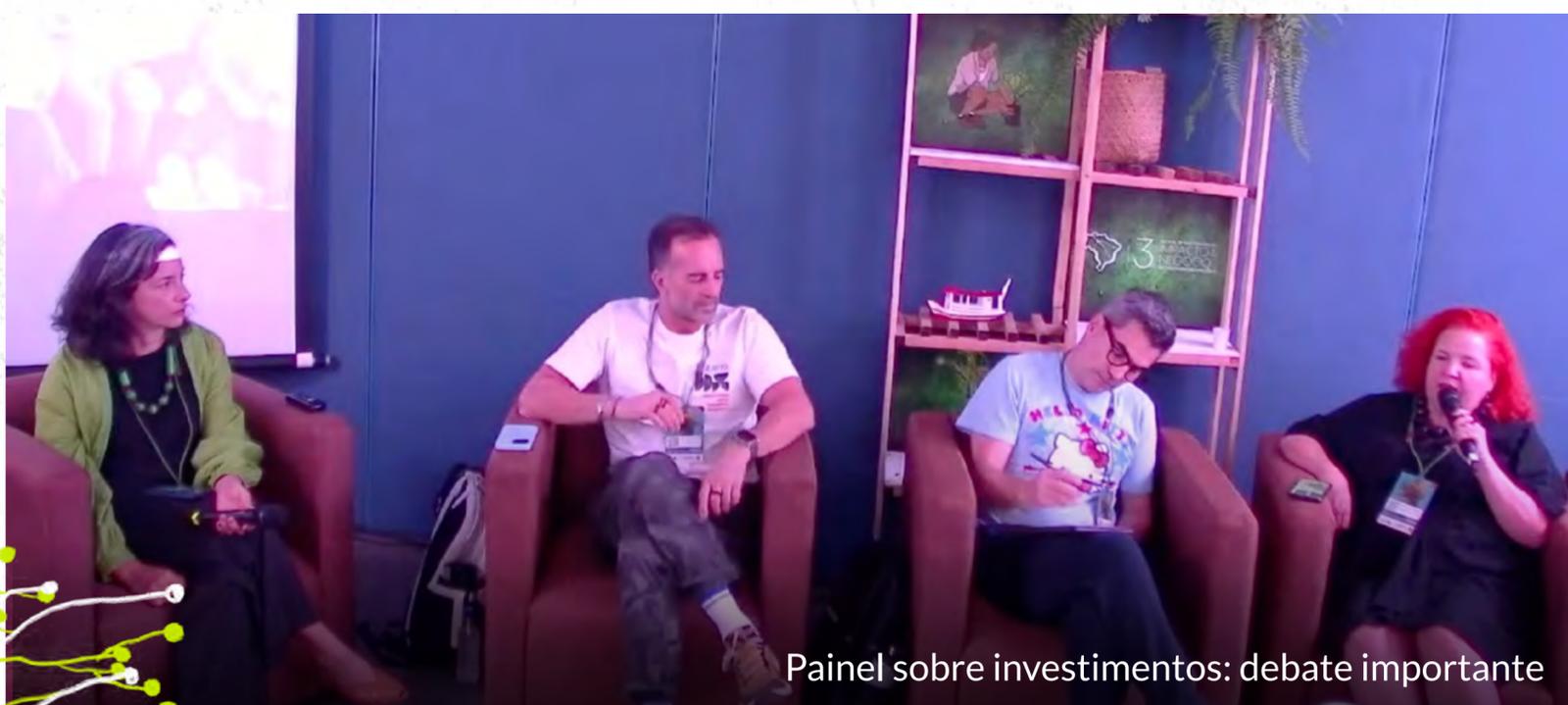
Os painéis do FIINSA foram divididos em seis temas principais: ecossistema, economia da floresta em pé, empreendedorismo, sociobiodiversidade, desenvolvimento territorial e pessoas que impactam.

A discussão sobre ecossistema dividiu-se entre investimentos, competitividade e construção de narrativas capazes de fortalecê-lo.

No painel “Do botocórnió aos Jaraquis: os investimentos chegam para todos?”, Daniel Brandão, da Vox Capital, apontou que o momento é de boas oportunidades para quem busca investimentos. “Mas, ao mesmo tempo, com desafios estruturais fundamentais”, ele disse. **“Porque o mercado financeiro tradicional ainda está despreparado para investir na Amazônia.”**

Os investidores têm muita pressa ou os ciclos de investimento atuais já são compatíveis com os empreendimentos da sociobiodiversidade? E quais os caminhos, com este ritmo diferente, para que os investimentos retornáveis não se tornem endividamento?

Encontrar respostas para essas perguntas não é uma tarefa fácil. Sem contar a tentativa de muitos investidores (e empreendedores) de mensurar impacto pelo capital. Para Brandão, partir para mensuração é “uma extravagância, uma vez que ainda falta construir algumas bases importantes do setor”.



Painel sobre investimentos: debate importante

Ele defendeu que o venture capital (ou capital de risco) é uma boa oportunidade apenas para alguns negócios, aqueles com possibilidade de escala. “Nem todos terão escala. Portanto, é um tipo de capital que não serve para todos, pela cultura, pelos fundamentos do mercado e porque não há dinheiro suficiente para todo mundo.”

A saída, segundo os participantes do painel, é criar opções de crédito viáveis para diferentes realidades de negócios de impacto, com tipos distintos de capitais.

Priscila Almeida, da Associação dos Negócios da Sociobioeconomia da Amazônia (Assobio), que hoje reúne cerca de 75 empreendimentos, citou como grande desafio, apesar dos avanços e fomentos dos últimos anos, a dificuldade de acesso a investimentos. **“Muitos não conseguem capital nem no sistema bancário tradicional, nem via fundos. Porque ainda não atingiram o ponto de equilíbrio, não têm verba para ganhar tração”, disse.** “Como serão capazes de acessar o mercado e mostrar números, se não há dinheiro?”

Além da falta de investimentos, o painel “Cooperação nos ecossistemas de impacto: como evitar o canibalismo e a competição sangüinária?” debateu as concorrências dentro do ecossistema. “Hoje a gente disputa muita coisa: narrativas, público, recursos, indicadores”, lembrou Adriana Barbosa, do PretaHub. Para os participantes do papo, é normal que haja competição, mas é fundamental também que exista mais cooperação. “Isso só vai acontecer quando orquestrarmos de maneira sistêmica processos de solução que realmente enderecem com profundidade o problema”, concluiu Barbosa.



VOCÊ SABIA?

BOTOCÓRNIO E JARAQUI

De grande porte, o jaraqui é o peixe mais consumido na região amazônica. Assim como nos Estados Unidos existe o Vale do Silício, em Manaus há o Jaraqui Valley, uma comunidade de startups que aliam tecnologia, indústria e bioeconomia. Outro animal informalmente relacionado ao ecossistema é o boto. O termo “botocórnio” remete aos unicórnios, startups que atingem uma avaliação de mercado acima de 1 bilhão de dólares.



Painel sobre logística:
imenso desafio da região

EMPREENDEDORISMO

Desafios e oportunidades tornam o cenário local único

Construir uma economia verde e inclusiva na Amazônia é tarefa urgente, e diversos negócios disruptivos têm surgido, a maioria voltada a resolver os problemas sociais e ambientais mais urgentes da região.

As condições são na maioria das vezes extremamente desafiadoras. “E problemas complexos precisam ser resolvidos com união e colaboração”, disse Ude Lottfi, da Climate Ventures, que moderou o painel “Custo Amazônia: como superar desafios de logística e comercialização”.

A dificuldade de logística muitas vezes é um dos grandes entraves para que negócios prosperem. “Na região Norte a principal solução logística ainda é o transporte aéreo, mesmo com seu custo e impacto ambiental altos”, explicou Laura Motta, do Mercado Livre. “Mas muitos produtos não podem ser transportados desta maneira, seja por legislação, tamanho ou local de produção.”

Para os participantes do painel, é preciso que haja melhorias de infraestrutura de aeroportos e hidrovias e, principalmente, um forte olhar para inovação.

“Precisamos de novas soluções logísticas de baixo carbono”.

Laura Motta, Mercado Livre

Inovação também foi a palavra-chave no painel “Da pesquisa ao negócio de impacto: como destravar investimentos para negócios de base científica?”. “Já existem as soluções para boa parte dos desafios da Amazônia”, defendeu Paulo Simonetti, do Idesam, que coordena o PPBio. “Mas infelizmente elas ainda estão na academia, não chegam ao mercado.”

Completando a trilha temática Empreendedores da floresta e negócios comunitários: fazendo a diferença no território, o painel “Economia criativa: cultura viva que segura a floresta” reuniu empreendedores de moda, games, artes cênicas e audiovisual.

“É um setor que também colabora para a economia local e para manter a floresta em pé”.

Marcus Bessa, ImpactHub Manaus

“E a cultura precisa de investimentos, não dá para pensar em impacto só a partir de meio ambiente e ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da ONU)”, completou Carlos Barbosa, da Leão do Norte Produções Audiovisuais.

PALAVRA DE EMPREENDEDORA

DESAFIOS DA REGIÃO

Noanny Maia, proprietária da Cacauaré – Cacau Nativo da Amazônia, de Belém (PA), lista os três principais obstáculos do empreendedorismo local.

1. Desenvolver inovação com valor agregado que seja valorizado no mercado.
2. Construir uma cadeia de valor que promova inclusão social e desenvolvimento econômico a partir da proteção e preservação da floresta.
3. Distribuir globalmente produtos da Amazônia, com facilidade e com preço adequado à realidade dos empreendedores locais.





Crise climática: painelistas debatem a seca na região

DESENVOLVIMENTO

Caminhos e desafios – entre eles a seca na região – para seguir em frente

Três painéis fizeram parte da trilha temática sobre desenvolvimento territorial durante o FIINSA. A vida além da floresta permeou o papo “Amazônia urbana: o papel das cidades para a floresta em pé”. E os caminhos, soluções e desafios para que a região possa crescer e se aprimorar deram o tom em “Olhar para o território: a importância de ações conjuntas para desenvolvimento profundo”.

As secas extremas de 2023 e 2024, que afetaram diversos negócios e a vida de comunidades ribeirinhas e indígenas, foi discutida no painel **“Empreender em meio ao caos: desafios da mudança climática para os negócios na Amazônia”**.

“Os mais afetados são exatamente aqueles que têm um papel fundamental na conservação da floresta e que mais dependem dela e dos rios”, disse Valcleia Solidade, da Fundação Amazônia Sustentável (FAS). “Por mais que hoje a gente fale muito em empreender, impacto e investimentos com retorno, **em alguns lugares da Amazônia profunda ainda falamos primeiro sobre acesso.**”

Para Johannes Zimpel, da Inocas, startup que regenera áreas de pastagens degradadas por meio do plantio da macaúba, com o envolvimento da agricultura familiar, o combate à crise climática passa por soluções baseadas no próprio mercado. “Já existe uma forte sensibilização dos consumidores, que estão cobrando de investidores e produtores alternativas que façam sentido para a mitigação das mudanças climáticas”, disse o empresário.

“A Amazônia precisa de socorro para ontem. O povo tem de comer e beber todos os dias, mas falta um plano de ação eficiente das instituições e do poder público para ajudar essas famílias.”

Sandra Amud, da Associação dos Agropecuários de Beruri (ASSOAB)



BIOECONOMIA

A economia que vem da floresta

A trilha temática Economia da floresta em pé trouxe debates sobre restauração – como produzir mais com menos degradação e recuperando áreas? –, sobre produtos com papel local fundamental, entre eles o cacau, e sobre carbono.

No primeiro papo, “Restauração: em busca da floresta perdida”, Sarah Sampaio (Amazônia Agroflorestal) contou como o modelo da empresa gera renda para os pequenos produtores de café em Apuí (AM). Além de oferecer um sistema agroflorestal eficiente, assistência técnica e certificação orgânica, a Amazônia Agroflorestal garante a compra do produto, iniciativa em parceria com o Idesam.

Os painelistas reforçaram a importância da interconexão do componente social para o avanço no campo da restauração. **Não há floresta restaurada se não houver foco em pessoas.** “A gente vive uma janela de oportunidade, e elas se fecham tão rápido quanto se abriram. Neste momento estamos com os astros alinhados e precisamos agir, com comunidades indígenas defendendo o projeto, ONGs e empresas locais com uma capacidade enorme, empresas capitalizadas com recursos para realizar projetos de restauração”, disse Renato Rosenberg (Serviço Florestal Brasileiro).

O projeto do SFB, unidade do Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, é um modelo de concessão florestal voltado à restauração de áreas degradadas na Floresta Nacional (Flona) do Bom Futuro, no estado de Rondônia. Ele prevê restaurar 15 mil hectares degradados.



Painel sobre restauração: pensar coletivo

Para Alexis Bastos (RioTerra), **outro ponto fundamental é desenvolver maneiras de escalar os projetos de restauração**. Porém, sempre com olhar sobre impactos nas comunidades locais. “Os modelos muito vorazes em adquirir terras são interessantes no quesito fixação de carbono, mas me preocupam as pessoas e os problemas sociais que isso gera. A RioTerra já restaurou mais 6,5 mil hectares na Amazônia.

O tema Bioeconomia seguiu com um painel sobre carbono, o mais disputado pelo público desta edição do FIINSA – “Mercado de carbono: desafios e oportunidades para promover a sociobioeconomia na Amazônia”. Ele contou com Natali Silveira (Imaflora), Plínio Ribeiro (Biofílica Ambipar), Almir Suruí (Povo Paiter Suruí), Gustavo Pinheiro (Triê Investimentos) e moderação de Claudio Pádua (Ipê).

Segundo dados do [boletim sobre carbono do Idesam](#), 2 bilhões de VCUs (Unidades de Carbono Verificadas, equivalentes a tCO₂) serão gerados por projetos entre 2020 e 2050, no Brasil. Estima-se que 1,56 (78%) bilhão sejam na Amazônia. “A representatividade da região é imensa”, disse Natali. “Vamos ter uma chuva de recursos vindos de carbono, mas é importante lembrar que apenas 5% dos projetos têm como proponentes comunidades tradicionais e povos indígenas. Temos de pensar sobre este impacto social”.

COM A PALAVRA...

ALMIR SURUÍ

Almir Suruí, do povo Paiter Suruí (Rondônia), é uma liderança em desenvolvimento sustentável. O projeto Carbono Suruí começou em 2005 e foi criado para proteger a floresta e gerar renda para a comunidade. Ele fala sobre os desafios da jornada.



“No pensamento indígena, repartição de benefícios não passa por valor material, é um direito básico. E isso gera um desafio grande, além da demanda de uma estrutura jurídica e econômica. Projetos de carbono podem dar certo para povos indígenas, mas ainda não conseguimos fazer isso acontecer porque é muito caro. Não há parceiros dispostos a investir, porque todos ainda buscam modelos rapidamente lucrativos.”

O último painel de Bioeconomia trouxe um ingrediente que tem conquistado **cada vez mais força. O mercado de cacau, original da região, vem crescendo e recuperando liderança.**

A recente alta no valor do cacau aconteceu, segundo Estevan Sartoreli, da Dengo, porque houve uma quebra de safra mundial de 30 a 40%. “É chave a gente pensar cada vez mais em sistemas agroflorestais, agricultura regenerativa, irrigações diversas”, disse.

Para os participantes do painel, é consenso que não há caminhos para valorizar o mercado com impactos ambientais positivos sem olhar também para os impactos sociais. “O que mais importa para a gente é distribuir renda aos pequenos produtores”, falou Zeno Gemaque (Zeno Nativo). “Estamos trabalhando para que o cacau colabore para quebrar o ciclo de miséria da agricultura familiar”, completou Noanny Maia (Cacauaré).

A produção de cacau na Amazônia em 2024 foi de mais de 152 mil toneladas, segundo o Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (IBGE). O Pará é o maior produtor da região, com cerca de 31,5 mil produtores. _____

HISTÓRIA DE EMPREENDEDOR

ZENO GEMAQUE, DA ZENO NATIVO

Zeno Gemaque é de Acará, a 40 quilômetros de Belém, no Pará. Ele começou sua empresa em 2012, com uma panela de pressão, um fogão industrial e um forno a lenha, e o CNPJ da Zeno Nativo só foi criado três anos mais tarde. “Eu tinha R\$ 2500, economias de um longo tempo”, ele lembra. O objetivo era aumentar o valor dos produtos e ajudar a melhorar a renda e a vida de ribeirinhos como ele. “Antes o cacau e a castanha com que trabalhamos eram colhidos e levados para fora, onde eram beneficiados. Hoje compramos esses itens de mais de 250 famílias e eles saem das comunidades prontos.” Além de aumentar a renda das famílias, a Zeno mostrou ser um bom negócio. A projeção de faturamento era de R\$ 1,6 milhão para 2024.



SOCIOBIODIVERSIDADE

Negócios de alimentos, turismo, design, arte e moda impactam o cenário amazônico



Valorizar o conhecimento ancestral e a conservação ambiental está na base de diferentes negócios locais. Conservar a sociobiodiversidade ajuda a desenvolver a economia e a promover qualidade de vida nas comunidades, e hoje há empreendimentos em setores diversos atuando neste sentido.

Os painéis da trilha Valores da Sociobiodiversidade trouxeram conteúdo sobre moda, arte, turismo e alimentação, ampliando a voz de pessoas que têm atuado não apenas para conservar, mas especialmente para fortalecer a biodiversidade e promover alternativas de geração de renda para as comunidades.

Em “O papel dos alimentos na conservação da sociobiodiversidade”, Felipe Schaedler (Banzeiro), Carol Vilanova (Flor de Jambu), Marcelo Salazar (Mazô Maná) e Renata Peixe Boi (Cozinha Boca da Mata) trouxeram para o debate a força de ingredientes locais, a segurança alimentar e o valor da cozinha ancestral.

“Nossos ingredientes têm o poder de manter a floresta em pé. O manejo do pirarucu, por exemplo, consegue proteger nossos lagos”, citou Renata. “Temos o dever de casa de pensar também em como usar esses ingredientes de formas diferentes, e nem sempre como protagonistas. Porque isso pode causar um impacto superpositivo, sem derrubar uma árvore sequer”, continuou Felipe.



Painel sobre alimentação: como valorizar os ingredientes locais

No painel “Turismo como vetor de evolução socioambiental”, Nailson Gonçalves (Ecomariua), Daniel Cabrera (Vivalá) e Vanessa Marinho (Amazon Emotions) falaram sobre como o setor tem evoluído, ainda de maneira mais lenta do que poderia. **“A gente sempre subestimou muito o potencial da Amazônia com relação ao ecoturismo”**, disse Vanessa. “E os roteiros ainda são muito focados em entretenimento, e não em educação. É preciso ampliar essa visão.”

“Da ética à estética: perspectivas da moda, arte e design” lembrou que a cadeia da moda hoje ocupa o quarto lugar entre as mais destrutivas do planeta, por conta especialmente de trabalho escravo, emissão de gases, poluição de água e quantidade de lixo produzido.

“A Amazônia tem outro tempo, um tempo diferente do mercado”, disse Tiago Cavalli (Casa do Rio). “E o que a gente tem de buscar, cada vez mais, é como manter a nossa autonomia. Isso passa por educar o consumidor final e por investimentos privados longos e pacientes. **A comunidade local é sustentável desde sempre, é preciso que o outro lado também seja.**”

Mediado por Amanda Santana (Tucum), o painel contou também com Vanda Witoto (Atelie Derequine) e Elijane Vasconcelos (Yanciã).

PALAVRA DE EMPREENDEDORA

VALOR POLÍTICO

Vanda Witoto nasceu na Aldeia Colônia, no Alto Rio Solimões, município de Amaturá. À frente do Atelie Derequine – palavra indígena que significa “formiga brava” –, ela costura “peças com memórias de nossos avós”.



“Somos um povo de resistência, e fazemos isso há mais de 500 anos por meio da nossa arte. O que nos dá dignidade é a capacidade de nos relacionar com todo esse mecanismo que vem da natureza, a roça, o rio, a floresta, para gerar renda para nossos territórios. E nossa moda é um retrato disso, é uma moda política e de resistência. Porque não falamos sobre roupas, mas sobre toda a luta que elas representam.”



Mulheres no painel “Impacto na Amazônia na perspectiva feminina”

GENTE

Diversidade também é tema importante nos negócios amazônicos

Negócios são feitos por gente. E gente diversa. Nesta edição o FIINSA apontou uma luz mais direta ao tema e reuniu pessoas que estão ajudando a transformar a realidade amazônica com seus empreendimentos e liderança.

“Impacto na Amazônia na perspectiva feminina”, “Amazônia também é preta” e “Lideranças jovens para fazer acontecer” foram debates riquíssimos. No primeiro, mediadas por Marlena Soares (Instituto Regatão e Conexsus), Neurilene Kambeba (Restaurante Sumimi), Vivian Chuna (Moma) e Luciana Minev (Singulari Consultoria) levantaram os muitos desafios ainda enfrentados pelas mulheres no setor. “Ainda não chegamos na equidade que gostaríamos de ver”, disse Minev.

Elas levantaram três pilares que precisam ser fortalecidos para que o empreendedorismo feminino ganhe mais espaço. O primeiro é **educação**, formação específica para empreender. O segundo é **rede**, estar conectada e conhecer outras mulheres que também empreendem. O último é acesso a **investimento**.

“Eu comecei meu negócio com R\$ 5 mil de alguém que acreditou em mim, e esse valor deu para eu empregar 15 pessoas na minha cozinha”, contou Kambeba. Seu restaurante fica às margens do Rio Cuieiras, na comunidade indígena Três Unidos, e é especializado em gastronomia ancestral.

Dificuldades parecidas enfrenta a comunidade negra. “A região norte é a região mais negra do Brasil”, lembrou Orlan Bertrand (Movimento Grito da Periferia). “78,4 dos nortistas se autodeclaram negros ou pardos.”

Para Jayce Brasil, socióloga e educadora, é preciso afrobetizar também o ecossistema de negócios de impacto local, em especial os investidores.

“Precisamos que aprendam a ver, enxergar, ouvir e escutar, a valorizar a beleza e a potência afrobrasileira”.

Jayce Brasil, socióloga e educadora.

No painel sobre juventude, Hanna Balieiro (Instituto Mapinguari) lembrou que os jovens, mesmo na posição de ativistas, atuando em organizações da sociedade civil, precisam ser vistos como profissionais. “Atuamos por uma causa, sim. Mas, ao mesmo tempo, estamos nos qualificando cada vez mais e doando nosso tempo para realizar atividades construídas com estratégia”, disse.

Para Rogério Mendes (Ateliê da Floresta), faltam políticas públicas voltadas à juventude. “Muitos partem para as cidades em busca de empregos e não conseguem voltar para suas comunidades”, disse. “Precisamos desenvolver mais projetos nessas comunidades, para que voltem. Eu sou jovem e vivo dentro da reserva. O que me segura ali é a vontade de lutar para desenvolver meu território de forma mais sustentável.”

PALAVRA DE EMPREENDEDORA

FORÇA FEMININA

Ngreiran Kayapó foi a primeira comunicadora mulher do Instituto Kabu. Integrante do coletivo jovem Mídia Kayapó Mekrãnotí, ela trabalha com o artesanato de seu povo.



“Meu povo sempre trabalhou de forma coletiva, isso faz parte da nossa cultura, então eu acredito muito no coletivo. Meu cacique sempre diz: a gente depende de você para trazer recursos para a aldeia. E o nosso artesanato, além de preservar a cultura, ajuda a manter a floresta em pé.”

VIVÊNCIAS

Uma imersão na realidade amazônica

Uma das novidades desta edição do FIINSA foi um primeiro dia dedicado apenas a experiências de campo, quando os participantes do festival se dividiram em grupos e puderam visitar diferentes comunidades e projetos.



SOUL DO MONTE + REUSA

“Lideranças com a capacidade de promover transformação e empoderar pessoas, como vimos nos dois projetos, são fundamentais. Essa experiência reforçou o valor de investir em iniciativas que promovem autonomia, saúde mental e inclusão, criando um ambiente mais solidário e com oportunidades para todos”, disse Ilana Minev, da Bemol, após visita ao local.

PARQUE DAS TRIBOS

No Parque das Tribos o grupo visitou o Ateliê Derequine, empreendimento liderado por mulheres costureiras, artesãs e estilistas que promove o empoderamento feminino e a preservação da cultura indígena. A turma também conheceu a Maloca dos Povos Tradicionais, onde houve uma apresentação de dança e música conduzida pelo Cacique Ismael Munduruku e outros anciões do Parque.

CBA

O Centro de Bionegócios da Amazônia, no Polo Industrial de Manaus, busca alternativas econômicas por meio da tecnologia. “Aqui desenvolvemos análises, processos e inovação”, explicou Caio Perecin, diretor de operações do CBA. “A visita do grupo do FIINSA foi muito valiosa.”

CIDE

O Centro de Inovação e Desenvolvimento Empresarial desenvolve soluções com foco em energia renovável, agricultura sustentável e bioeconomia. “A trilha que promovemos com a turma do FIINSA foi um sucesso, muito benéfica para os dois lados”, Felipe Taveira, coordenador de projetos do CIDE.



SÍTIO PANC

Os visitantes puderam conhecer um quarto de hóspedes integrado à natureza, os locais onde ficam coelhos, porquinhos da índia e cabras e uma piscina natural cuja nascente fica ali mesmo, nas terras. No fim ainda puderam provar frisantes produzidos pelo professor Valdely Knupp e sua família, moradores do sítio.

WORKSHOPS

Dois debates ricos aconteceram no primeiro dia. Um deles, Divã de impacto, promovido por Fábio Deboni, do Impacto na Encruzilhada, discutiu sobre as múltiplas compreensões do termo impacto social, e como cada participante pode potencializar sua atuação no setor. O segundo, Modelo C 2.0, facilitado pela Move Social, foi um exercício guiado de construção de modelos para os diversos negócios presentes. “Reunir empreendedores que vivem em diferentes deixa a nossa escuta cada vez mais rica, para depois conseguirmos depurar e encontrar o modelo que mais cabe e atende as demandas regionais”, disse Yurik Ostroski, da Move Social.

O FIINSA EM FRASES E FOTOS



“O tempo do mercado não conversa com o tempo dos territórios (nos projetos de carbono).”

Natali Silveira, da Imaflora

“Não há na Amazônia uma capacitação para os jovens acessarem empregos verdes. Falta essa formação sustentável. Como fomentar uma nova geração sem isso?”

Hanna Balieiro, do Instituto Mapinguari

“Muitos desmatam porque estão no limite entre alimentar um filho que está passando fome ou eliminar um galho de árvore. O limiar da miséria e a vulnerabilidade do pequeno produtor levam ao desmatamento. É fundamental ter renda para esse produtor não desmatar.”

Estevan Sartoreli, da Dengo Chocolates

“Não falta capital e não falta empreendedor. O que talvez falte é a vontade de conversar.”

Joanna Martins, da Manioca



A ARTISTA DO FIINSA

As ilustrações do 3º FIINSA foram criadas pela ilustradora e artista visual Hadna Abreu. “Foi uma oportunidade para mergulhar nas riquezas culturais, tecnológicas e naturais da nossa região”, ela diz. Abreu usou pintura digital para criar diversos detalhes simbólicos em suas composições repletas de significado.

A identidade visual do festival foi desenvolvida pela agência Felicidade, Collective. “O FIINSA é um lugar onde o impacto vai além de um conceito: é uma realidade. Traduzimos esse espírito no FAZER FALA MAIS ALTO”, diz Tomás Correa, co-fundador da agência.

A Sapopema Biojóias foi uma das 52 marcas no Mercado Amazônia. Ela também produziu os colares dos crachás de todos os participantes do FIINSA, um trabalho artesanal que pôde ser levado para casa, promovendo sustentabilidade e respeito ao meio ambiente.



Amanda Santana, diretora criativa e executiva da Tucum, passa por uma das vivências do festival. A pintura corporal, realizada por Ngreiran Kaiapó e Thais Kokama, faz parte da conexão do povo indígena com a floresta e seus seres e com seus ancestrais.



Os bois Caprichoso e Garantido, da tradicional festa de Parintins, participaram da festa de encerramento do festival, que contou com show dos grupos Alaídenegão, Cateto da Toada e Bumba Meu Bloco.

Outra vivência oferecida foi o Games da Amazônia, ambiente sensorial com seis jogos digitais já lançados ou ainda em desenvolvimento, todos com temática sobre a região. O espaço proporcionou momentos de descontração e informação aos participantes.



Leia mais sobre o FIINSA no [site oficial do festival](#).





3^o FESTIVAL DE INVESTIMENTOS DE IMPACTO & NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS NA AMAZÔNIA



REALIZAÇÃO

idesam **IMPACT HUB** Manaus

PATROCÍNIO FLORESTA



PATROCÍNIO AÇAIZEIRO



PATROCÍNIO CUPUAÇU



APOIO ESTRATÉGICO



PARCEIROS INSTITUCIONAIS



PARCEIROS DE MÍDIA

