

O respiro do meio do ano
para apreciar onde
chegamos.



20 21

RELATÓRIO
Semestral

Introdução

ao Relatório Semestral

Vivemos um ano de 2021 bastante desafiador para os empreendedores que buscaram se reinventar e gerar resultados positivos mesmo com todo o impacto que a pandemia trouxe para seus negócios. O momento tem exigido muito cuidado e dedicação junto àqueles que vêm buscando alternativas para seus modelos de atuação e gestão.

Este relatório semestral foi elaborado principalmente para você, que investiu em um ou mais negócios com causa ao longo das rodadas do *Programa CoVida20* e que deseja acompanhar o andamento dos mesmos. No relatório também incluímos informações sobre a retomada de operações de Empréstimos Coletivos Diretos (Peer-to-Peer) que estamos realizando com negócios com causa, como a *Valoren*, a *Farmácia Pirâmide*, os *Produtores de Cacau da Dengo* e a *PlantVerd*.

Estamos trazendo também uma atualização com relação aos programas e soluções que a Trê vem desenvolvendo ao longo de 2021, para que você possa estar ciente dos nossos próximos passos e oportunidades.

Esperamos que aproveite a leitura e que mais conexões possam ser feitas para impulsionar esses empreendedores(as) que atuam em suas causas com tanto empenho! Seguimos confiantes na importância da construção colaborativa de uma nova economia baseada na **confiança**, na **fraternidade** e no **cuidado** com as pessoas e o planeta.

Grande abraço,
Equipe Trê.

Novas Oportunidades de Investimento

O que seu
dinheiro **nutre**?

A nossa essência continua sendo a de atuar pelo sonho de co-construir uma **Nova Economia** de forma **colaborativa**, de forma que possamos estimular ambientes propícios para que o dinheiro flua e gere prosperidade para comunidades, negócios e pessoas.

Com esta crença, retomamos as operações de Empréstimos Coletivos Diretos e temos quatro oportunidades muito bacanas. Seleccionamos Negócios com atuações relevantes em termos sócio-ambientais e também estamos fazendo uma ação para fomentar a cadeia produtiva de cacau ba Bahia.



- A **Valoren**, é uma empresa que inova na reciclagem do plástico no Brasil emprega diversas tecnologias de processamento do mesmo, tendo por objetivo valorizar o resíduo e o reinserir na cadeia de valor.



- A **Farmácia Pirâmide** atua na manipulação, produção de medicamentos e venda de produtos para saúde com princípios de manejo seguro e sustentável entre a natureza e os medicamentos.



- Os **Produtores da Dengo** atuam com manejo sustentável de cacau. Nesta captação, a Dengo é avalista de cinco dos seus agricultores.



- A **PlantVerd** desenvolve projetos de reflorestamento de matas nativas, além de capacitarem comunidades para a preservação das áreas restauradas. Esta captação busca financiar o plantio de 3 novas áreas com 300 novos hectares.

Convidamos você para conhecer estas oportunidades e outras que disponibilizaremos em breve na nossa página. E fique à vontade para divulgar este material, para que mais pessoas possam experimentar um investimento que faz com que seu dinheiro nutra um futuro melhor!

Invista em negócios com causa e faça parte deste impulso conosco!

Acesse: treinvestimentos.mova.vc

PERSPECTIVAS E
Atualizações

Programa **CoVida**²⁰

Em fevereiro deste ano encerramos o ciclo de rodadas de empréstimo coletivo do **CoVida20**. O programa foi um passo importante que demos em 2020, junto a organizações parceiras, voluntários, doadores e investidores, em resposta à demanda urgente de empreendedores com causa perante as incertezas e desafios que a pandemia nos trouxe. Nesse contexto, poder olhar para trás e apreciar a concretização de um programa que envolveu a mobilização de tantas pessoas para “fazer acontecer” é um grande motivo de **celebração** e **gratidão** para nós. A partir da página 18 você pode ver mais informações sobre cada um dos negócios apoiados pelo Programa CoVida20.



As **sementes que foram espalhadas**, os **organismos que floresceram** e as **conexões que foram construídas** formam essa base fortalecedora do ecossistema dos empreendedores. Viabilizamos que os **empreendedores dos negócios se comunicassem diretamente com os investidores**, com mensagens de agradecimento, atualizações e ofertas para fortalecer este vínculo.

Outra iniciativa fundamental foi a criação da **Comunidade CoVida20**, que além dos negócios participantes do Programa, conta com outros negócios alinhados com uma visão de impacto e também parceiros institucionais que se juntaram com o objetivo de colaborar para o florescimento de todos na Comunidade.

O movimento estimulou a execução de **4 rodadas de negócios**, nas quais aconteceram momentos de trocas relevantes entre os empreendedores, além de interações importantes para suporte aos negócios e dois workshops que passaram por diversos temas relacionados à gestão financeira. Nossa intenção é seguir ampliando esta Comunidade dando oportunidade para que outros Negócios com Causa se beneficiem da interação com os demais.

Caso tenha interesse em apoiar de outras formas ou se aproximar de algum empreendedor(a) e ainda não saiba o caminho, fique à vontade para entrar em contato conosco para que possamos fazer a conexão. **Clique aqui** e envie uma mensagem para a nossa equipe!



Perspectiva 2021 dos Negócios investidos

No Brasil, o cenário econômico, algumas medidas restritivas e a vacinação lenta continuam impactando muitas pessoas e empresas. Por mais que diversos negócios tenham conseguido retomar suas atividades após o cenário duro de 2020, há diversos setores ainda altamente impactados, tais como turismo ou eventos e também todo um cenário de impacto econômico e social que nosso país sofre atualmente. A recuperação econômica dos empreendedores de forma geral tem sido lenta.

O *Sebrae* divulgou recentemente (25/Junho) o estudo [“O Impacto da pandemia do coronavírus nos Pequenos Negócios”](#), realizado em parceria com a FGV. Os dados coletados indicam que o faturamento desse perfil de empreendimento ainda está, na média, **43% menor** do que o nível de antes do início da pandemia e que 79% das empresas continuam relatando perdas no faturamento.

Diante do cenário desafiador para os negócios no Brasil, entendemos que os empreendedores financiados pelo CoVida20 também precisam de um **cuidadoso acompanhamento**, para que possamos apoiá-los na busca de soluções de acordo com suas necessidades.

A maior parte dos 47 negócios está financeiramente saudável e o intuito deste relatório é que os investidores possam acompanhar o andamento dos negócios e sua saúde financeira.

Alguns empreendedores indicaram necessidade de redesenhar seu modelo de negócio e atuação para se adaptar ao novo cenário. **Sete (7) empreendedores solicitaram a repactuação de parcelas.** Lembrando que, nestes casos, os investidores receberam as parcelas via recurso do *Fundo Filantrópico CoVida20* e a parcela repactuada passa a ser devida ao fundo, com prazo alongado de pagamento.

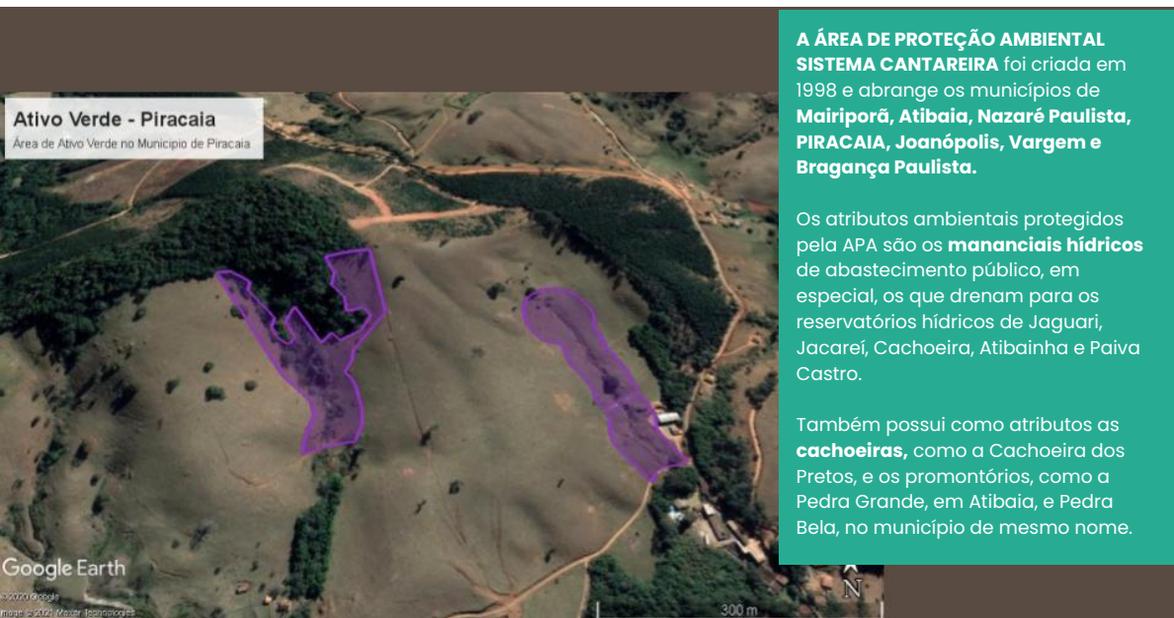
Neste relatório, você encontrará o acompanhamento detalhado do Programa CoVida20, a prestação de contas do Fundo Filantrópico até o momento e os relatórios de cada um dos negócios apoiados.

A Floresta CoVida20

A PlantVerd esteve conosco durante o Programa CoVida20 e, agora, está com [nova rodada disponível na plataforma Trê-MOVA de empréstimo coletivo](#). O CoVida20 permitiu que o negócio mantivesse seus colaboradores e ainda contratasse quase 20 pessoas a mais!

Diante deste sucesso, a PlantVerd resolveu presentear a todos os investidores, colaboradores e demais apoiadores do Programa CoVida20 com uma floresta!

O local foi escolhido durante um Encontro da Trê, PlantVerd e seus investidores: trata-se do **Sítio Boa Esperança**, localizado no município de Piracaia.



Ao todo, estão sendo plantadas mais de **400 mudas nativas da região!**
Nas palavras de *Antônio Borges*, sócio da PlantVerd:



Para grandes movimentos se constroem monumentos. Então vamos criar uma floresta para o CoVida20!

A close-up photograph of several large, vibrant green leaves, likely from a tropical plant, covered in numerous small, glistening water droplets. The leaves are set against a dark, almost black background, which makes the green color and the highlights on the water droplets stand out prominently. The lighting is soft, creating a fresh and natural atmosphere.

NOVAS TEMÁTICAS E
Programas

Programa Territórios Regenerativos

O planejamento para 2021 na Trê foi estruturado com o objetivo de intensificarmos o **fluir saudável do dinheiro**, alavancando causas relevantes para o desenvolvimento da **sociedade** e do **planeta**. Para tanto, estamos trabalhando na construção de **programas com causa** e de **novas soluções financeiras** em busca de democratização do investimento de impacto. Entendemos que cada programa tem suas demandas específicas e pode contar com estruturas diferentes e com a colaboração de parceiros **especializados**.



Fique ligado que muito em breve teremos novidades e outras oportunidades de investimento com causa!

Em conjunto com [Parsifal21](#) e [Fundaciòn Avina](#), idealizamos o **Programa Territórios Regenerativos**, que tem como objetivo promover uma agenda de **sustentabilidade** e **prosperidade local** em 20 territórios do Brasil até 2030, além de fomentar **cadeias de valor produtivas da sociobiodiversidade**, a partir de três pilares estratégicos:

1. Estruturação de um mecanismo de **blended finance** para fomento de negócios de impacto socioambiental.
2. Desenvolver modelos e assessorar **negócios de impacto socioambiental** e em transição.
3. Articular atores dos três setores na construção de um **ecossistema local** de negócios que contribua para **regeneração dos territórios**.



Para cada um dos territórios, o projeto visa **fortalecer e desenvolver** um ecossistema empreendedor comprometido em:

Fomentar a valorização da cadeia de valor local em uma lógica de sistema

Fortalecer e incentivar modelos de negócios de impacto nos territórios

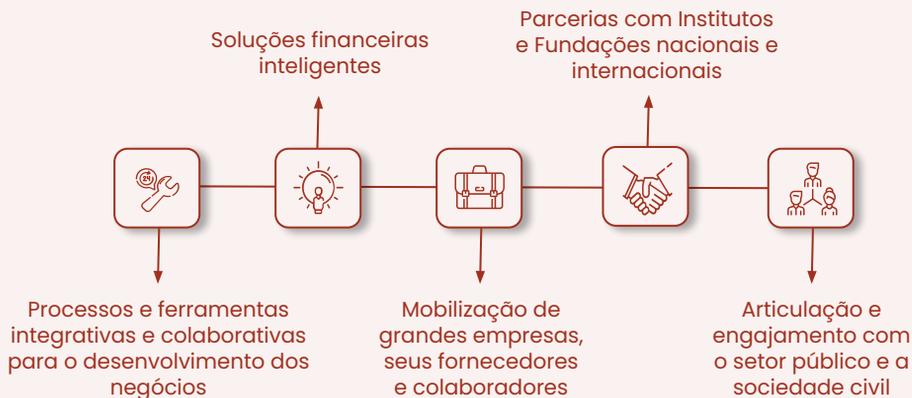
Criar soluções para que o fluxo dos recursos financeiros cheguem nos negócios locais

[Clique aqui para conhecer mais informações sobre o Programa.](#)



Engajar as lideranças e colaboradores destes negócios na construção de ambientes prósperos para os empreendimentos sustentáveis

Integrar os três setores e do trabalho no nível do indivíduo, organização e sociedade





O primeiro território em que já estamos começando a trabalhar é a **Grande Reserva Mata Atlântica**, região localizada entre os Estados de São Paulo, Paraná e Santa Catarina e que abrange 50 municípios. Em parceria com a [Fundação Grupo Boticário](#), estamos definindo os contornos do Programa e as ações relacionadas.

Em breve estaremos divulgando maiores informações e você saberá como poderá apoiar esta iniciativa. [Acesse a página do território aqui!](#)

Temáticas 21/22

Para o segundo semestre de 2021, priorizamos **focar** no *Programa Territórios Regenerativos* e na articulação de novos parceiros e territórios. Outros dois focos centrais serão a **seleção de novos negócios de diferentes causas** e o **engajamento de investidores na plataforma de empréstimo coletivo**.

Apresentamos nas próximas páginas as temáticas em que já estamos trabalhando através de contatos com possíveis parceiros para identificação de negócios com causa que necessitem de apoio financeiro para seu desenvolvimento ou planos de expansão. A partir destes contatos e operações iremos evoluindo na intenção de constituir novos Programas com maior alcance e potencial atuação sistêmica.

Conheça essas temáticas:

Temática

Moda Consciente e Sustentável



Em desenvolvimento junto ao [Lab Moda Sustentável](#) e articulação com outros atores da indústria da moda, o programa busca uma transformação sistêmica que possa amenizar os impactos ambientais, sociais e econômicos desta cadeia no Brasil.

O objetivo do programa é levar recursos financeiros e mentorias para impulsionar negócios da cadeia da moda que estejam propondo soluções para os desafios relacionados à **circularidade, rastreabilidade e capacitação**. A solução estruturada para os negócios selecionados deste programa será baseada em três pilares:

1. **Plataforma de empréstimo coletivo (P2P):** financiamento para impulsionar negócios em estágios mais maduros por meio de empréstimo coletivo de investidores;
2. **Fundo filantrópico:** capital de desenvolvimento para potencializar negócios em estágio de maturação e possivelmente formar um fundo de reserva que possa mitigar riscos das operações;
3. **Apoio** a negócios com programa de mentorias, voluntários e conexões no ecossistema.

Idealizadores:



Parceiros estratégicos à confirmar:



Temática

Alimentação Consciente e Agricultura Sustentável



O sistema agroalimentar é complexo e tem profundos impactos tanto no meio ambiente como nos indivíduos e na sociedade, e entendemos que as soluções para tal são igualmente complexas e passam por uma mudança na forma como produzimos e consumimos alimentos. Desta forma, o programa que estamos desenvolvendo busca levar recursos e impulsionar negócios da cadeia da alimentação e agricultura que estejam propondo soluções para modelos sustentáveis em amplo sentido.

Estamos estudando atores no ecossistema para definição de uma estratégia sistêmica, e selecionando negócios de pequeno e médio porte que atuem com produção; processamento ou comercialização de produtos saudáveis e sustentáveis; ou com atuação na conscientização sobre o tema. A solução financeira neste momento pode ser feita via plataforma de empréstimo coletivo ou também pela modalidade *Equity Crowdfunding*.



- 1. Plataforma de empréstimo coletivo (P2P):** financiamento para impulsionar negócios em estágios mais maduros por meio de empréstimo coletivo de investidores;
- 2. Plataforma de Equity Crowdfunding:** modalidade de investimento em participação societária que estamos desenvolvendo em parceria com a empresa Platta.

Temática

Energias Renováveis

Em conjunto com a [VOX Capital](#) e com apoio da Cooperação Alemã GIZ, estamos estruturando a viabilidade de um fundo de investimentos voltado a pequenas e médias operações de energia renovável distribuída, com intenção de contribuir em direção a uma matriz energética sustentável, eficiente e com desenvolvimento em diferentes regiões do Brasil.

Idealizadores :



Apoio :



FiBraS | Finanças
Brasileiras
Sustentáveis

giz | Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



Modalidade Equity

Para atender melhor às necessidades de cada Negócio com Causa, entendemos que é importante estruturar novas soluções financeiras além do "peer-to-peer". Assim, estamos construindo uma parceria com a [Platta](#) para possibilitar o investimento na modalidade **Equity Crowdfunding**, também alinhada ao objetivo de **democratizar os investimentos com causa** e o **acesso a recursos saudáveis**.



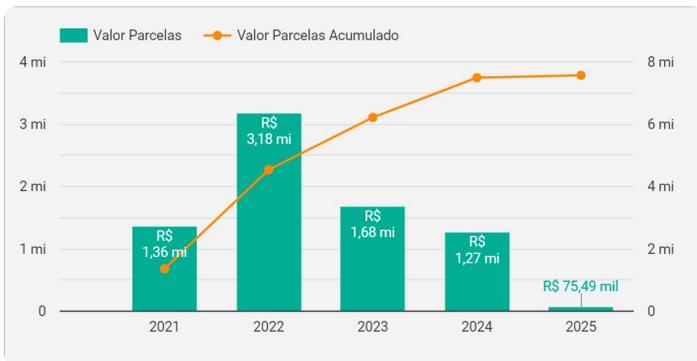
PERSPECTIVAS E
Atualizações

Programa **CoVida**²⁰

Acompanhamento de pagamento dos empréstimos

Fluxo de parcelas

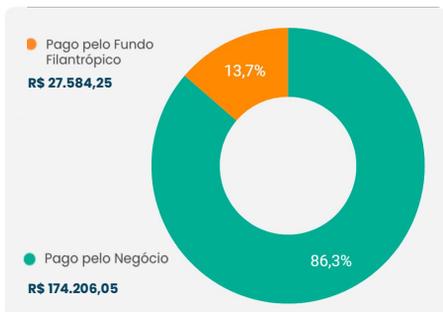
Acompanhamento Anual dos Valores de Parcelas - Todo Período



Acompanhamento Mensal dos Valores de Parcelas de 2021



Fluxo Parcelas Jan-Junho 2021



No total, **R\$ 201.790,30** (100% do valor devido), foram pagos aos investidores. Até o momento, 7 negócios solicitaram um fôlego adicional para pagamento de parcelas. Conforme regras do programa CoVida20, tais parcelas foram repactuadas com prazos alongados. Desta forma, os investidores foram pagos via recursos do Fundo Filantrópico, e este assumiu a dívida das novas parcelas repactuadas.

Fundo Filantrópico Rotativo CoVida20

Relatório Financeiro

Dados até
30/06/2021

<p>Saldo Disponível</p> <p>R\$ 701.77 mil</p>	<p>Saídas - Últimos 6 Meses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mês</th> <th>Saídas (R\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Janeiro</td><td>~6,000</td></tr> <tr><td>Fevereiro</td><td>~4,000</td></tr> <tr><td>Março</td><td>~3,000</td></tr> <tr><td>Abril</td><td>~16,000</td></tr> <tr><td>Maió</td><td>~25,000</td></tr> <tr><td>Junho</td><td>~4,000</td></tr> </tbody> </table>	Mês	Saídas (R\$)	Janeiro	~6,000	Fevereiro	~4,000	Março	~3,000	Abril	~16,000	Maió	~25,000	Junho	~4,000	<p>Entradas por Classificação</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Classificação</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Rendimento</td><td>97.69%</td></tr> <tr><td>Receitas</td><td>2.31%</td></tr> </tbody> </table> <p>Orçamento</p> <ul style="list-style-type: none"> Receitas Rendimento 	Classificação	Porcentagem	Rendimento	97.69%	Receitas	2.31%				
Mês	Saídas (R\$)																									
Janeiro	~6,000																									
Fevereiro	~4,000																									
Março	~3,000																									
Abril	~16,000																									
Maió	~25,000																									
Junho	~4,000																									
Classificação	Porcentagem																									
Rendimento	97.69%																									
Receitas	2.31%																									
<p>Rendimento Financeiro Líquido</p> <p>R\$ 16.11 mil</p>	<p>Rendimentos - Últimos 6 Meses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mês</th> <th>Rendimentos (R\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Janeiro</td><td>~700</td></tr> <tr><td>Fevereiro</td><td>~800</td></tr> <tr><td>Março</td><td>~1,500</td></tr> <tr><td>Abril</td><td>~1,800</td></tr> <tr><td>Maió</td><td>~1,000</td></tr> <tr><td>Junho</td><td>~2,800</td></tr> </tbody> </table>	Mês	Rendimentos (R\$)	Janeiro	~700	Fevereiro	~800	Março	~1,500	Abril	~1,800	Maió	~1,000	Junho	~2,800	<p>Entradas</p> <p>R\$ 785 mil</p> <p>Saídas por Classificação</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Classificação</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Recuperação de despesas</td><td>33.41%</td></tr> <tr><td>Serviços</td><td>33.03%</td></tr> <tr><td>Repactuação com negócios</td><td>31.17%</td></tr> <tr><td>Despesas financeiras</td><td>2.39%</td></tr> </tbody> </table> <p>Orçamento</p> <ul style="list-style-type: none"> Recuperação de despesas Serviços Repactuação com negócios Despesas financeiras 	Classificação	Porcentagem	Recuperação de despesas	33.41%	Serviços	33.03%	Repactuação com negócios	31.17%	Despesas financeiras	2.39%
Mês	Rendimentos (R\$)																									
Janeiro	~700																									
Fevereiro	~800																									
Março	~1,500																									
Abril	~1,800																									
Maió	~1,000																									
Junho	~2,800																									
Classificação	Porcentagem																									
Recuperação de despesas	33.41%																									
Serviços	33.03%																									
Repactuação com negócios	31.17%																									
Despesas financeiras	2.39%																									
<p>Saídas</p> <p>R\$ 99.34 mil</p>	<p>Saídas - Últimos 6 Meses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mês</th> <th>Saídas (R\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Janeiro</td><td>~6,000</td></tr> <tr><td>Fevereiro</td><td>~4,000</td></tr> <tr><td>Março</td><td>~2,000</td></tr> <tr><td>Abril</td><td>~14,000</td></tr> <tr><td>Maió</td><td>~23,000</td></tr> <tr><td>Junho</td><td>~2,000</td></tr> </tbody> </table>	Mês	Saídas (R\$)	Janeiro	~6,000	Fevereiro	~4,000	Março	~2,000	Abril	~14,000	Maió	~23,000	Junho	~2,000											
Mês	Saídas (R\$)																									
Janeiro	~6,000																									
Fevereiro	~4,000																									
Março	~2,000																									
Abril	~14,000																									
Maió	~23,000																									
Junho	~2,000																									

ACOMPANHAMENTO DE
Negócios

Programa **CoVida**²⁰



Abissal
Capitalismo Saudável

Nosso Propósito é fazer do Brasil um País de Negócios Sustentáveis.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

7% Pago

R\$ 3.710,40

Total Geral

R\$ 52.663,68

Início em **mar/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Seguem com faturamento baixo, mas já estão fechando propostas apresentadas no segundo semestre do ano passado, o que torna a **situação financeira estável** e permite que honrem os compromissos.

Finalizaram o **produto digital** e já **está sendo anunciado** na mídia e novo site da empresa.

Possuem 5 **propostas em negociação**.

Ganharam um concurso de uma rede de cooperativas local e, após isso, foram convidados para oferecer o serviço ganhador do prêmio para os cooperados destas cooperativas. **Estão em negociação** acerca disso.

A **venda do ESG Journey** (serviço digital) já começou e as **perspectivas são muito boas**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Estão atendendo **4 empresas com contrato ativo**:
 - **1** para **pleito a certificação**;
 - **3** para **gestão sustentável**.
- Executaram **2 trabalhos pontuais** de curta duração (4 meses):
 - **2** para **gestão sustentável**.

Para mais detalhes do ESG Journey, [clique aqui](#).

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Um investidor anjo pretende fazer um **aporte para o lançamento** mais enfático do ESG Journey, dado a sua potencialidade;
- Com o ESG Journey e os outros produtos da plataforma digital, a empresa projeta um **potencial de crescimento de 200% até meados de 2022**;
- **Fechar consultoria** coletiva com o grupo de cooperativas mencionado;
- Fechar a venda de, ao menos, **15 ESG Journey**;
- Lançar o **primeiro curso online de ESG / Sustentabilidade**.



FLUXO DE PAGAMENTO

3,9% Pago

R\$ 9.100,62

Total Geral

R\$ 232.014,96

Início em **abril/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A segunda onda da pandemia impediu que retornassem com as atividades presenciais. Assim sendo, estruturaram cursos, formações e treinamentos **online**.

Encontraram uma fornecedora, chamada **Positiva**, com um viés social e sustentável, e formalizaram parceria com ela.

Estão **prospectando fornecedores** de sementes orgânicas para uma horta comunitária e de mudas frutíferas para o pomar.

Incluíram temáticas ESG em **60% dos cursos**.

Estão **financeiramente estáveis**, trabalhando na redução das despesas para equilibrar as contas e **desenvolvendo novos produtos** online para aumentar as receitas.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **90%** da mata nativa de sua sede está preservada;
- **50%** de seus colaboradores são locais;
- Concluíram **10%** do protótipo do espaço de pesquisa e convivência com métodos construtivos não-convencionais e pegada zero;
- Tiveram **116 alunos** em cursos livres;
- Tiveram **08 cursos abertos** ministrados;
- In Company:
 - **07 Oficinas** - com 02 Organizações;
 - Total de participantes em oficinas in company: **283**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão **mergulhando no ESG** e lançarão diferentes propostas na área;
- Possuem o planejamento de **realizar 2 formações**: 1 Formação de coaching com 30 alunos; e 1 Formação de facilitadores de grupos com 20 alunos;
- Expectativa de fechar ao menos **4 contratos de consultoria na temática ESG**. Possuem algumas propostas emitidas e estão tendo uma grande procura a respeito;
- Iniciar a estruturação do "ESG LAB" que será um **segmento do negócio voltado totalmente para práticas inovadoras na área** e na gestão do conhecimento, com o objetivo de registrar, realizar curadoria e disseminar práticas inovadoras de impacto socioambientais.



Fintech de microcrédito produtivo orientado. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 411.284,16

Início em **out/2021**

Fim em **mar/2023**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O aumento do número de casos e óbitos por Covid-19 no CE, MA e PE, praças onde atuam, obrigou o fechamento dos negócios de seus clientes e também a circulação dos agentes da Avante pelas regiões. Isso causou uma **diminuição dos valores originados de novos contratos de crédito**.

Para reduzir o impacto negativo que tiveram, **intensificaram as ações de cobranças remotas** e também as **renovações de contratos** por vias eletrônicas.

Tiveram uma **redução nas comissões de origem**, em função da diminuição de novos contratos. Porém, alcançaram um impacto positivo no resultado da carteira de crédito, devido a **diminuição dos níveis de Provisão para Devedores Duvidosos (PDD)**, em função da boa performance da cobrança. Isso manteve o **faturamento estável** e dentro do previsto, apesar da segunda onda da Covid-19

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Índice de aprovação de novos créditos subiu para **40%**;
- Neste ano (até o dia 11/06), em relação aos empréstimos e repasses, na modalidade de Microcrédito Produtivo e Orientado, disponibilizaram **R\$ 31.3 milhões** para **7.898 empreendedores**;
- Importante ressaltar que dos R\$31.3 milhões, **R\$ 2 milhões** foram destinados para **clientes novos** apoiando diretamente **1.937 Empreendedores**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Intensificar as atividades de renovação e de cobrança remotas para a **diminuição do custo de aquisição**;
- A proposta é **manter o ritmo**, reproduzindo a performance de concessão de crédito para o 2º semestre. Eventualmente, com o alcance das vacinas, esta projeção poderá ser revista.



FLUXO DE PAGAMENTO

3,9% Pago

R\$ 14.753,31

Total Geral

R\$ 374.407,38

Início em **abril/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Possuem **23% do faturamento** ainda não liberado por estarem vinculados a projetos que se enquadram na **Lei Federal de Incentivo à Cultura**.

Fecharam **novos negócios em consultorias de sustentabilidade e projetos socioculturais** que contribuíram na composição do faturamento independente de verbas incentivadas.

Estão dando início às edições 2021 de projetos de continuidade (**Brasil de Tuhu e Estúdio Escola de Animação**) e prospectando **novos clientes**, com boas propostas já em análise.

Compensaram **toda a emissão de carbono de 2020** junto a Way Carbon e agora fazem parte do **Programa Amigo do Clima**

Foram **finalistas do Prêmio ONU Mulheres** por terem práticas de equidade de gênero e ganharam Menção Honrosa

Estão com **boa saúde financeira**, resultado da gestão de base zero iniciada com a crise. O **crescimento previsto é de 25% no faturamento** (em relação a 2020) e de 33% no resultado operacional (também comparado a 2020). Além disso, **tiveram 2 novas contratações** neste ano.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Criação do **Código Verde**;
- Melhor estruturação para **compensação de carbono**;
- Permanência da assinatura dos **Princípios da ONU Mulheres**;
- Criação e Implementação da **Política de Equidade de Gênero**;
- **Recertificação B** e aumento da pontuação;
- Desenvolvimento local e social: **+5 mil empregos gerados e +900 mil reais em pagamentos** para fornecedores locais.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A expectativa é de que haja **desbloqueio dos projetos na Lei Federal**;
- O segundo semestre é o período em que dedicam às **captações de recursos para os projetos de 2022**;
- Possuem propostas de **novos clientes em avaliação** para desenvolvimento de consultorias em patrocínios e sustentabilidade, que também são serviços de médio prazo;
- Estão investindo na prospecção de novos clientes que não sejam vinculados exclusivamente à operação de leis de incentivo, para **ampliar a balança de composição de faturamento**.



FLUXO DE PAGAMENTO

***Fora do período de pagamento**

Total Geral
R\$ 71.109,72

Início em **fev/2022**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

As principais ações realizadas pelo negócio no primeiro semestre de 2021 foram a **reabertura da loja do Museu Histórico (16/abr)** e a **inauguração da loja no Hospital Badim (26/mai)**.

No caso da loja do Museu, a sua reabertura no início do ano fez com que o negócio conseguisse começar a **ajustar o seu fluxo de caixa no primeiro trimestre de 2021**, entretanto, com a pandemia, isso não pôde se manter constante.

Um fator externo que impactou a atividade do Café Épico foi o **fechamento do comércio em março/21**, em que o negócio teve de interromper as atividades de sua loja física por, aproximadamente, um mês.

A **lentidão na vacinação** também está dificultando a atuação do negócio com a **demora na retomada das atividades externas**, especialmente o fluxo de pessoas nas ruas.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- A **abertura da nova loja (Hospital Badim)** contribuiu para a contratação de **3 novos colaboradores**;
- Lançamento da **edição de cafés com produtoras**, desenvolvendo uma **campanha voltada ao apoio às mulheres na lavoura**;
- Apesar das dificuldades, o negócio **manteve seu quadro de funcionários**, sem realizar nenhuma demissão.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O negócio tem **boas expectativas** para o 2º semestre, considerando a **evolução da vacinação**, o que pode **movimentar mais as lojas físicas** – que concentram grande parte das vendas;
- Existe uma **necessidade de capital de giro** para sustentação do Café Épico nos próximos meses por conta da **escassez de clientes** decorrente da pandemia;
- Em julho, o imóvel utilizado para a torrefação será **substituído por outro com menor custo**;
- Serão retomadas as **ações comerciais voltadas para vendas B2B de torrefação e assistência técnica**.



Consultoria estratégica que apoia empresas e organizações a identificarem e gerirem suas causas.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 233.495,64

Início em **set/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

As **principais ações** desenvolvidas pela Cause no primeiro trimestre de 2021 estão dispostas a seguir:

- Realização em curso de uma consultoria para fazer um **plano de tração**, junto à Quintessa;
- Novo lançamento - em breve - de um **infoproduto** que poderá ser uma **nova fonte de receita**;
- Realização em curso de uma **pesquisa sobre cultura de doação** em parceria com a MOL e o Movimento Arredondar.

Desafios externos ao negócio:

- Imprevisibilidade da agenda política;
- Vacinação lenta;
- COVID na equipe.

O negócio tem experienciado **tickets menores de projetos**, o que acabou por impactar o seu faturamento no início do ano, entretanto, **mantém-se com bom fluxo de caixa**, apesar do volume de contratos estar um pouco abaixo do previsto.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- A Cause segue com o **mesmo número de colaboradores** (15);
- Os **projetos** desenvolvidos por ela seguem sendo de **amplo escopo**, mas tocando **importantes causas socioambientais**, como saneamento, educação, segurança no trânsito, saúde etc.;
- O **índice de recompra** do negócio segue **alto**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Em relação aos clientes, vê-se uma maior **confiança acerca da melhora do cenário econômico** no segundo semestre;
- O negócio também apresenta **expectativas muito positivas** para o segundo semestre, já apresentando um **pipeline de projetos alinhados para fechamento** ainda em juízo;
- A Cause também se propôs a realizar diversas **atividades e ações voltadas para o fortalecimento do negócio como referência** em sua área de expertise - todas definidas no início do ano a partir do seu *Balanced Scorecard* (indicadores de desempenho);
- Por último, estão **construindo novos serviços**, como uma consultoria mais ampla em ESG e infoprodutos, como já mencionado.



Foodtech Omnicanal que conecta produtores e consumidores de alimentos orgânicos.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

3,8% Pago

R\$ 13.538,43

Total Geral

R\$ 353.138,73



Início em **mai/2021**

Fim em **nov/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Diferentemente do ano passado, quando nesse período houve uma explosão de vendas no e-commerce, neste ano como boa parte dos mercados físicos conseguiram estruturar suas operações de venda e entrega online, **aumentando a concorrência**.

Conseguiram **terminar toda a jornada de validação do modelo de negócio** para o B2B, iniciando um **processo de scale up** a partir de março deste ano.

Como era o planejamento, estão com um processo de **captação em curso**, conversando com investidores. A meta é **captar R\$2 milhões** até o final de agosto.

Certificaram e começaram a operar a nova unidade para produção de linha própria de **produtos higienizados e processados** – saladas, legumes e frutas frescas prontas para o consumo.

Os três primeiros meses de 2021 foram bastante críticos por **já serem sazonalmente os meses de menor receita para o negócio**. Contribuiu o encerramento de testes com clientes B2B e a transição para o novo modelo de comercialização validado. Nos meses de abril e maio, **o faturamento voltou a crescer com o aumento de vendas e entrada de novos clientes**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **+30.000 cestas distribuídas** para famílias vulneráveis no **programa Orgânico Solidário**
- **100% das embalagens feitas de material reciclável** e/ou compensadas com créditos de logística reversa
- **100% dos resíduos orgânicos** destinados para compostagem
- **700kg de alimentos doados** para Refeitório Gastrômotiva
- **2 colaboradores na equipe recrutados** através de programa de contratação social

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O **mercado de orgânicos continua promissor** e esperam que com o investimento em captação a empresa possa implementar seu **plano de crescimento e aquisição de clientes**.
- **Conclusão da rodada de captação**, gerando recursos para **viabilizar o plano de crescimento**



FLUXO DE PAGAMENTO

10,7% Pago

R\$ 1.857,20

Total Geral

R\$ 17.345,88

Início em mar/2021

Fim em jul/2024

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

No segmento varejo do negócio, houve uma **baixa em vendas** nas lojas de consignação e no e-commerce.

A **interrupção de feiras presenciais de design** já tinha impactado a Comas em 2020, migrando para lojas em formato de consignação. Porém, a agravamento da pandemia e fechamento das lojas **reduziram as vendas, afetando o negócio**.

Apesar disso, o negócio fechou **três projetos de serviços com empresas de médio e grande porte** (2 de redesign e 1 de design).

Principais ações e realizações:

- o **Lançamento de curso** online e ao vivo em espanhol;
- o **Continuação do curso** online e ao vivo em português;
- o **Estruturação da equipe para trabalho remoto** atendendo aos clientes nos projetos de redesign e design.

Situação financeira: a **baixa nas vendas e os altos custos** para novos lançamentos tiveram um impacto significativo. Sendo assim, o negócio está **utilizando os recursos do Fundo Filantrópico do CoVida20** para maior fôlego neste momento.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **17 designers + costureiras capacitados** em *upcycling*;
- **4 participações em eventos** voltados para design, moda e sustentabilidade;
- **5.000 pessoas impactadas** com 16 lives, mesas de conversa e vídeos online;
- **3 collabs e mentorias** realizados para marcas;
- **Principais fontes de receita:**
 - o InCompany (Mentorias, Consultorias e *Collabs*) - 60%;
 - o Vendas de Peças - 21%;
 - o Cursos e Capacitações - 18%.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- **Pivotagem para maior foco na prestação de serviços**, em vez de produzir e vender roupas, **reduzindo ao máximo os custos operacionais**. A partir de agosto, as vendas de roupas serão feitas apenas pelo e-commerce, não mais por lojas em consignação;
- Julho: **2ª participação no salão InspiraMais**, apresentando os serviços de redesign, mentoria, capacitações e cursos;
- Busca para **prospectar mais clientes de serviços** e necessidade de **criar site com portfólio** de projetos realizados e **relatórios de impacto** de cada um (com ajuda de consultor especializado);
- Os **novos produtos da marca serão desenvolvidos em formato de Lab**, e não de varejo com produção e venda.



A Donamaid é uma plataforma para contratação online de limpezas, conhecida também como “Uber das diaristas”.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

5,4% Pago

R\$ 3.246,93

Total Geral

R\$ 60.687,18



Início em **mar/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Diversas cidades da operação do negócio tiveram **muitas restrições como lockdown**, o que impactou negativamente as atividades. A recuperação está mais devagar do que imaginavam.

Sofreram muito com a **segunda onda em março**, com uma forte queda, e uma recuperação pequena em abril e maio. O resultado foi abaixo do que planejavam. Estão operando com o dinheiro que a operação está gerando.

Os meses de dezembro/2020, janeiro e fevereiro de 2021 se comportaram de forma **similar aos anos anteriores**, com sua sazonalidade natural: muita procura em dezembro, diminuindo em janeiro e fevereiro devido às férias e carnaval.

Conseguiram **melhorar alguns indicadores** da operação e lançar melhorias no sistema para aumentar as conversões dos usuários-clientes.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **5784** limpezas realizadas;
- **R\$ 488.162,12** repassado aos profissionais;
- **R\$ 156.209,20** faturado pela Donamaid;
- **334** profissionais realizaram limpezas

** Informações de janeiro à maio de 2021*

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Implementar maneiras mais próximas de **comunicação com as profissionais** e uma gamificação para **melhorar a experiência delas com o app**;
- **Cenário mais promissor** com o avanço da vacina e pretensão de duplicar o realizado no 1º semestre de 2021;
- Estão estudando uma nova modalidade B2B para **realizar um piloto**;
- Estão em contato com empresas de *equity crowdfunding* para realizar uma nova captação de investimento para a Donamaid.



Startup de gastronomia social, orgânica e local
Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

1,9% Pago
R\$ 7.432,7

Total Geral
R\$ 391.018,14

Início em **mai/2021**

Fim em **nov/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O agravamento do cenário da pandemia e as restrições de circulação **comprometeram as expectativas de retomada de vendas** e de maior eficiência operacional (entregas em escritórios para vários clientes)

Ampliaram o portfólio de produtos como forma de melhorar a **experiência do cliente**, ampliar a retenção e fazer upsell. Iniciaram recentemente com **2 menus por dia**, e outros produtos, como sopa, cesta de legumes e bebidas.

Seguem ainda no desafio de **ampliar vendas**, dar maior escala ao negócio e recuperar o break-even.

Migraram para uma **cozinha centralizada**, como forma de otimização operacional. Além disso, realizaram ajustes na equipe para **reverter a geração negativa de caixa**

Trabalharam junto ao Quintessa para a realização de uma **rodada de captação de investimento em equity**, porém foi entendido que seria necessário **o alinhamento dos produtos ao mercado**.

Estão tentando **ajustar a estratégia**, os canais de vendas e os próprios produtos para conseguir **melhorar o alinhamento dos produtos ao mercado**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **75 mil** caixinhas vendidas;
- **R\$ 375 mil em renda gerada** para cozinheiras em Paraisópolis;
- **R\$ 1.800.000** em vendas;
- **30 toneladas** de alimentos orgânicos de pequenos produtores;
- **R\$ 450 mil reais** de alimentos orgânicos de pequenos produtores.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O negócio vem focando os esforços em **melhorar os produtos** e **adquirir e reter assinantes**;
- Estão estudando estratégias para **captação de novos recursos** (principalmente conversando com a base atual de investidores);
- Estão explorando **o canal B2B** e já tem um **cliente que aceitou fazer um piloto**. Estão na expectativa de terem ao menos mais um cliente para validar o **canal e traçar uma estratégia para escalar**.



Editora com curadoria de conteúdos e atuação de impacto socioambiental.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

13,4% Pago

R\$ 4.016,60

Total Geral

R\$ 30.060,36

Início em **fev/2021**

Fim em **jul/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Um impacto negativo decorrente da nova onda da pandemia foi que **muitos pontos de vendas parceiros foram fechados** nos primeiros meses do ano, o que reduziu a distribuição local e **impactou o desenvolvimento comercial da Voo**.

No projeto **Voo para um futuro melhor**, que recebe 3% do faturamento da editora com a venda dos livros, o trabalho segue em formato online, adaptado para a pandemia.

Em todo caso, continuam em uma **boa situação financeira**. As **vendas online permanecem boas** e tiveram uma **boa venda governamental** que sustentou bem o negócio durante este período.

O negócio focou na publicação de **quatro novos títulos**, bem como no **lançamento de um clube de leitura**, que é ponto de partida para um projeto de ampliação de produtos de conteúdo de impacto em planejamento para 2021/22.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Por meio da **venda de 241.192 exemplares** de seus conteúdos de impacto neste primeiro semestre de 2021, a Voo atingiu **novos leitores** de seus livros, impactando e inspirando agentes de transformação;
- **4 novos títulos** publicados;
- **Contratação de um profissional** dedicado para a área comercial, com foco em B2B;
- Realização de **4 eventos online** com bate papos com autores dos livros lançados e jornadas de imersão nos textos.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão recebendo uma **consultoria da Universidade Federal de Minas Gerais**, que tem acompanhado a Voo no lançamento de novos produtos;
- A editora planeja publicar **pelo menos 3 novos títulos** com o selo Voo e mais 3 novos títulos com o selo infantil Vooinho; acreditam que terá um **bom potencial de vendas**;
- **O clube de leitura A Bordo** ganhará a segunda edição, aumentando a rede de leitores e agentes de transformação por meio dos conteúdos de impacto;
- Irão desenvolver uma **plataforma online** da editora que incluirá uma evolução no seu **e-commerce** e novas formas de entrega de conteúdos de impacto.



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 145.339,20

Início em **jul/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Os principais impactos foram em função da pandemia, tiveram **todas as escolas fechadas por um longo período**, afetando assim o faturamento.

As principais ações realizadas foram: **lançamento do Mecânicos Online** (venda de cursos de especialização pela internet), confecção de **novos cursos, novo posicionamento** de marketing e **intensificação do Emprega Mecânico** (principal Projeto de impacto).

Estão **equilibrando o fluxo de caixa e evoluindo com o faturamento** mês a mês.

Além da reabertura das escolas em abril, foram desenvolvidas diversas **outras iniciativas visando a saúde financeira do negócio**, como: aluguel de equipamentos, financiamentos para alunos, B2B para franqueados, dentre outros.

Ainda, a Escola do Mecânico tem **trabalhado em outros projetos**, podendo citar o programa de fidelidade para alunos, a trilha de carreira e estudos, formatura e ritual de juramento aos alunos e a realização de visitas técnicas nas unidades do negócio.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **Cresceram em 30% o número de vagas de emprego** no app Emprega Mecânico;
- Estão desenvolvendo iniciativas voltadas para impacto social, como: espaço de **coworking**, curso de **formação de instrutores**, **concurso de bolsas**, programa voluntário de **mentoria de alunos** e o **projeto Empreenda Rápido**, em parceria com o Sebrae-SP.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- As **expectativas são positivas**, pois o negócio está trabalhando em diversas frentes com o objetivo de **retomada de uma situação financeira positiva**;
- Dentre os projetos citados que estão sendo desenvolvidos, grande parte está prevista para começar a rodar no segundo semestre, portanto, espera-se um **reaquecimento nas atividades do negócio e um aumento na quantidade de alunos**.



exchangedobem

Empresa de turismo que conecta voluntários a projetos sociais ao redor do mundo. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

5,3% Pago

R\$ 3.402,46

Total Geral

R\$ 63.652,14

Início em **mai/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A segunda onda do Covid-19 impactou novamente o setor do turismo e a Exchange do Bem. Embora o volume de atendimento tenha voltado ao patamar de 2019, o **volume de venda ainda não retornou ao pré-pandemia**.

A fim de não aumentar os custos, **continuaram negociando a renovação dos contratos e investindo em viagens para 2022**. Aproveitaram o momento para **rever os processos e pilotar os produtos corporativos**.

Com todas as medidas que o negócio tomou no 2º semestre de 2020, com a redução significativa dos custos fixos e revisão contínua dos investimentos em marketing, ele **vem tendo um resultado positivo no âmbito gerencial**.

Estão pilotando um **produto corporativo com uma empresa de Santa Catarina**. Primeiro, organizaram um **workshop sobre Inteligência Emocional** junto com jovens do Instituto Resgatando Vidas e agora, os colaboradores da Next estão mentorando os jovens do projeto para que eles consigam seu primeiro emprego.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **26 voluntários** viajaram no 1º semestre, totalizando **1560 horas** de voluntariado ajudando **7 projetos em 4 países**;
- Devido a pandemia, a maioria das viagens realizadas atenderam projetos ligados ao **meio ambiente e proteção aos animais**: diversas espécies de animais foram assistidas, entre elas **tartarugas na Costa Rica, guepardos na África do Sul** e onças pintadas, lontras e outros **animais da fauna brasileira**;
- Apenas um dos projetos realizados no 1º semestre foi voltado para pessoas, atendendo **40 crianças no Quênia**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Aumento da população vacinada e, conseqüentemente, a **retomada de vendas**, inclusive daquelas que vieram nutrindo e alimentando o negócio ao longo de toda a pandemia;
- Continuam **prospectando projetos no Brasil**, tendo em vista que a perspectiva de **retomada do turismo nacional** é de que ela aconteça antes que o internacional;
- Apesar do momento não ser propício para viagens, a Exchange do Bem tem mais de **200 voluntários** esperando a situação melhorar para **viajar em 2022 e 2023**.



Fazenda que produz alimentos orgânicos de alta qualidade em larga escala.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

6,1% Pago

R\$ 19.798,32

Total Geral

R\$ 307.953,24

Início em **mar/2021**

Fim em **jul/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Em 2021, o maior desafio está sendo o aumento generalizado dos custos dos insumos e dos gastos em pontos de venda. A Fazenda da Mata possui uma política de preços acessíveis, o que limita os repasses.

As vendas seguem num patamar positivo porém o cenário de prolongado desaquecimento da economia, limita o seu crescimento.

Estão buscando novos clientes e a concretização de novas parcerias com produtores de outras regiões do Brasil para manter o mix de produtos maior e mais perene ao longo do ano.

A sazonalidade de baixa produtividade do 1o. trimestre do ano, também impactou negativamente os resultados financeiros da Fazenda da Mata. O Negócio vem trabalhando ativamente para encontrar soluções criativas para recuperar sua rentabilidade, com maior produtividade e eficiência.

Desenvolveram o Programa Frutos da Mata, iniciativa pioneira de inclusão econômica que busca viabilizar que mulheres passem a ser produtoras de alimentos orgânicos. O Programa está em fase final de estruturação e começará em 2021.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **8.000 itens/dia** de alimentos saudáveis produzidos para consumo;
- **22 hectares** de solos preservados via agricultura orgânica respeitando o meio ambiente;
- **Nascentes preservadas** e processo de produção retorna água limpa para a natureza;
- **Embalagens compostáveis** que deixaram de virar resíduos em lixões.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O negócio está **acessando novos clientes** nas regiões de Tocantins e Mato Grosso, tendo em vista a **expectativa de atingir 10.000 itens comercializados por dia**;
- Lançamento do **programa social Frutos da Mata**;
- **Lançamento de saladas orgânicas higienizadas** (prontas para consumo).



FLAMA
TORRAS ESPECIAIS

Café de qualidade, produzido com respeito, torrado com excelência, paixão, e a cada grão, tornando cada torra, uma torra especial.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 61.268,40

Início em **nov/2021**

Fim em **dez/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O avanço da pandemia e a demora na vacinação continuam **impactando negativamente a operação da cafeteria**.

Com a manutenção do atendimento apenas por **delivery e take away**, a Flama Torras **continua avançando com a digitalização de suas marcas**.

Houve a **intensificação das vendas pelas redes sociais** e estão, também, **finalizando o e-commerce**.

O negócio conseguiu **umentar o seu faturamento** em comparação à retomada após o fechamento nos primeiros meses de 2021.

A Flama Torras está muito próxima de **atingir o patamar de faturamento pré-Covid-19**, o que simboliza uma **perspectiva de melhora no que se refere à saúde financeira do negócio**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Aumento de 51 para **88 assinantes** de 2020 para 2021.
- **50%** do café comprado em 2021 foi **produzido por mulheres**.
- **100% dos resíduos** do processo de torra foram **encaminhados para compostagem**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A grande expectativa é que o negócio possa atingir o número de **130 assinantes**.
- Com o avanço das vacinações no Brasil, a expectativa é que a Flama Torras inicie um **plano de reabertura** da operação da cafeteria no ano de 2021.

Acessórios de moda feitos com materiais sustentáveis, especialmente borracha produzida por comunidades na floresta Amazônica.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 56.215,08

Início em **jul/2021**

Fim em **jan/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Com as **vendas de varejo em baixa**, o negócio voltou o seu **foco para o mercado B2B** em:

- Consultorias de pesquisa e design sustentável;
- Desenvolvimento de produtos e coleções exclusivas;
- Capacitações e mentorias em empreendedorismo comunitário;
- Palestras e cursos;
- Internacionalização de materiais brasileiros;
- Venda de materiais.

A Flavia Amadeu Design tem cada vez mais **assinado projetos de outras marcas com o "by Flavia Amadeu"**.

Mudança estratégica da unidade de negócio AMADEU:

- Expansão da **atuação internacional**;
- **Representação** internacional de empresas brasileiras de materiais sustentáveis e serviços especializados.

A pandemia trouxe prejuízos e limitações à cadeia produtiva. No entanto, o **trabalho com comunidades na floresta continua**. Estão em planejamento novas capacitações.

Em relação à **saúde financeira**, o negócio está **conseguindo se manter** mês a mês, porém ainda sem capital de giro e ainda **sentindo os efeitos da pandemia**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Oficina de **capacitação de empreendedorismo comunitário para 45 indígenas no Acre**;
- Compra de 500m de **firos emborrachados do Pará**;
- Aquisição de 30kg de **laminados da floresta Amazônica do Acre**;
- Continuam **trabalhando com toda a equipe**, que é **100% feminina**, e com **artesãs no entorno do DF**;
- Desenvolvimento de peças e coleções visando uma **moda ainda mais plural e inclusiva**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- FLAVIA AMADEU: (i) branding para desenvolvimento de **projetos de assinatura para marcas e vendas atacado**, (ii) novo **website**, (iii) **nova marca** de moda sustentável no mercado brasileiro, assinada por Flavia Amadeu, (iv) Desfile no **Brasil Eco Fashion Week 2021**, (v) **palestras e cursos**, e (vi) **novos projetos** na Amazônia.
- AMADEU: (i) **Plataforma internacional**, via assinatura, que promoverá materiais sustentáveis de cadeias produtivas brasileiras, aliado à internacionalização dos parceiros. (ii) **Aumento da atividade internacional** em **showrooms** e com a rede já estabelecida com grandes empresas. (iii) Lançamento de **novo catálogo**.



Espaço de coworking, gestão de comunidades e programas de impacto social.

Acesse o [Report 2020](#).

Belo Horizonte



FLUXO DE PAGAMENTO

2,7% Pago
R\$ 3.101,38

Total Geral
R\$ 115.664,04

Início em **mai/2021**

Fim em **nov/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

A segunda onda da pandemia paralisou uma parte do serviço do negócio e trouxe um **impacto negativo nas receitas** e na perspectiva comercial de retomada do coworking. Apesar disso, estão **mantendo o caixa positivo** e fazendo propostas para **novos programas e projetos para melhorar o caixa** no segundo semestre.

.....

Estão atuando na **trilha de empreendedorismo, gestão e incubação de negócios** no território de Itabirito, em parceria com a **Raízes Desenvolvimento Sustentável**.

.....

As principais realizações desse ano estão focadas no **desenvolvimento de programas e projetos**. Realizaram um projeto de **transformação digital focado na Economia Criativa** em parceria com o British Council.

.....

Outro programa em execução é o **Ser+ Impacto**, para medição e avaliação de impacto de empresas de mulheres, pessoas negras e pessoas de territórios vulnerabilizados.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **113 membros** do hub;
- **+290 empreendedores impactados** pelos programas geridos;
- Portfólio por produto:
 - Coworking - **43%**;
 - Planos Virtuais - **18%**;
 - Programas - **39%**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A expectativa é a **realização de mais programas e projetos** que desenvolvam capacidade empreendedora, modelagem de negócio e avaliação e medição de impacto;
- Os **planos virtuais tendem a crescer**, mas a procura por espaço físico (**coworking**) **ainda está baixa**.



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 155537,28

Início em **jul/2021**

Fim em **mar/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O negócio possui três pilares: **coworking e comunidade; eventos e ativação de ecossistemas; programas de apoio a empreendedores**. Desde o início da pandemia, os dois primeiros pilares foram muito afetados, por conta da necessidade de isolamento social. Portanto, Foram tomadas diversas medidas para reduzir custos.

Além disso, um **novo produto de ativação de comunidades** vibrantes já está em andamento com 3 clientes em SC e RS. Essa metodologia dá base a um trabalho de ativação de ecossistemas de inovação.

A maior diferença, entretanto, foi o **crescimento expressivo da área de programas**. Em 2018, ela representava menos de 2% do faturamento e em 2020 chegou a 31%. O primeiro semestre de 2021 foi deficitário pelo fato do pilar de coworking e comunidade estar com um pequeno prejuízo.

Já **o pilar de eventos está no azul porém com volume pequeno**; e o pilar de programas tradicionalmente tem mais planejamento e fechamento de contratos no primeiro semestre e mais execução e faturamento no segundo semestre.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **Comunidade de mais de 700** membros empreendedores;
- Aproximadamente **60% dos empreendedores atribuem mais de 40% do sucesso** do seu negócio ao Impact Hub Floripa;
- **5000 microempreendedores participando do Salto Aceleradora** de MEIs em 2021;
- **1015 eventos e reuniões** realizados nos espaços do Impact Hub em 2021;
- **89,9% de NPS** (Net Promoter Score): indica a alta eficiência na solução de desafios dos parceiros e clientes.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A expectativa é que o fluxo de caixa esteja positivo em junho e todos os outros meses do ano. O objetivo é faturar **R\$ 5 milhões em 2021** (aumento de 33%), com lucro líquido de 10%;
- Lançamento de um novo espaço de **coworking e coliving** em Florianópolis, que será inaugurado no fim de 2021;
- Expectativa de **acelerar 5000+ microempreendedores individuais** em 2021 (mais que o dobro de 2020).

FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 173.878,38

Início em **ago/2021**

Fim em **mar/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A pandemia **impossibilitou de manter o coworking aberto**. Pivotaram a estratégia e focaram em projetos e programas, além de lançar uma **plataforma digital chamada Impact.vc**.

Realizaram o **Fórum Impacta Mais**, o maior evento do ecossistema de impacto.

Renovaram **projetos de educação empreendedora** com a Fundação Telefônica e AES Tietê.

Estão escalando outros projetos na área de **geração de renda em territórios remotos**.

A receita do negócio no primeiro trimestre sofreu impacto da pandemia, mas obteve um **lucro bruto positivo**. O **resultado líquido da lucratividade foi negativo** com as despesas repesadas da rede global do Impact Hub.

Continuaram avançando com o **projeto de inovação em governo** tendo iniciado o programa de aceleração de negócios de impacto.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Renovaram **dois projetos** muito estratégicos de **educação empreendedora** voltados para alunos e professores de escolas técnicas da **rede estadual**;
- Finalizaram o projeto de **distribuição de subsídios financeiros a pequenos negócios** impactados pela pandemia que incluiu **809 finalistas** e somou a **distribuição de R\$ 5,5 milhões**;
- O **Fórum Impacta Mais** reuniu pelo menos **1.200 pessoas inscritas** no maior evento reunindo investidores de impacto e empreendedores socioambientais.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Boas perspectivas de projetos em **inovação com o governo** para replicação do IdeiaGov; e aumento de **propostas para empresas privadas** com demandas de impacto;
- Lançamento da **plataforma Impact.vc** com projetos pilotos do Fórum e de um **programa de Inovação Aberta** em conjunto com a Rede Global do Impact Hub;
- Implementação da comunicação de seu **novo posicionamento** junto à comunidade do Impact Hub e ecossistema de impacto;
- Continuarão com a **política de amortizar o endividamento** até a virada para S.A. tornando-a menos alavancada financeiramente.



Insecta

Produção de calçados e acessórios veganos feitos com materiais reciclados e upcycling.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

10,7% Pago

R\$ 19.507,72

Total Geral

R\$ 181.975,14

Início em **mar/2021**

Fim em **jun/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Alcançaram **crescimento de 40% de faturamento em relação a 2020**, com leve queda de EBTIDA porém melhor otimização de capital.

Obtiveram melhorias nos principais KPIs de Canal (recorrência, fluxo, conversão)

Realizaram vários Collabs: Sapatos, roupas e acessórios com Renner, dando vida a tecidos que seriam descartados; Sapatos, bolsas e conteúdo vegano com a Bela Gil; e com a Nataly Neri, uma das principais influenciadoras de upcycling e reuso no Brasil

Construíram e **lançaram um portfólio de Vestuário**, desenvolvido em parceria com Refazenda e confeccionado com materiais e técnicas alinhadas com a filosofia da Insecta.

Desenvolvimento de **matérias primas sustentáveis** e com melhores margens.

Implementaram um **novo sistema ERP** com gestão total da cadeia comercial, produtiva e financeira

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- 1.070 metros de **tecido reciclado**
- 5.067 kg de **borracha reciclada**
- 6.980 **caixas de papelão reutilizadas**
- 39.000 **garrafas plásticas recicladas**
- Apoio e doações ao fundo Agbara, primeiro fundo para mulheres negras no Brasil

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Expectativa da **retomada da circulação das pessoas** que influencia diretamente no uso e compra de calçados.
- Neste trimestre estão **reestruturando a operação** para uma nova etapa de crescimento acelerado.
- **Captação de recursos** para investimento em marketing e vendas.



1º switchel do Brasil, produção própria. Bebida não alcoólica feita com ingredientes de verdade.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 80.442,90

Início em **set/2021**

Fim em **dez/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

Dadas as restrições por conta da pandemia, Kiro **focou seus esforços comerciais no varejo, nos distribuidores regionais e no digital**.

Apesar dos desafios de introdução de produtos neste momento, a marca teve **êxito em positivar redes e vitrines bem relevantes**, destaque para Grupo Pão de Açúcar, St Marche, Santa Luzia, Zaffari, Angeloni, Emporium São Paulo, Quitanda, entre outros.

.....

O atendimento a grandes varejistas tornou os **prazos de recebimento mais longos e as margens mais apertadas**, além de **aumentar os custos operacionais do negócio** (logística dedicada, serviço de

promotoria, política de bonificação etc.), essa mudança de perfil de clientes do negócio exige **maior atenção na gestão do fluxo de caixa**.

.....

É esperado o aumento da vacinação e a diminuição de casos para **retomar os patamares anteriores no canal de vendas on trade** (restaurantes, bares, cafés, padarias, etc.).

.....

Por fim, a empresa também está dedicando tempo para **estruturar novas frentes de negócios** (projetos de marcas próprias para o varejo e terceirização de produtos) bem como ao **planejamento estratégico para os próximos anos**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Produção de **25.000 garrafas/mês**;
- Compras recorrentes de aproximadamente **R\$ 30.000/mês de pequenos produtores e/ou** provenientes da **agricultura familiar**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Seguir fortalecendo a **introdução de Kiro no varejo**, com **foco nas redes regionais** e, em especial, em outros estados além de São Paulo, bem como continuar com a **busca por distribuidores regionais e representantes comerciais**;
- Lançamento do 1º produto Marca Própria para o Quitanda;
- Lançamento de um produto terceirizado;
- O negócio está se organizando para abrir uma **nova rodada de captação de investimentos** para estruturar a equipe de trabalho e novas frentes de negócio.

LEGURMÊ

Alimentos e condimentos preparados com ingredientes orgânicos e processos sustentáveis.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 69.133,32

Início em **nov/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Aumento da **demanda por projetos de terceirização** – novas marcas buscando produção de produtos orgânicos, *plant based* e saudáveis.

Cadastro do **produto em novas redes e ampliação de sortimento** em redes que já entregam.

A **indisponibilidade de embalagens** afetou bastante a capacidade da empresa de entregar seus produtos, em especial as embalagens de vidro. Com isso, **parte das linhas estão com produção suspensa** até a retomada do mercado.

Sobre as embalagens, estão **ampliando a base de fornecimento** e buscando

posicionamento em **categorias menos dependentes de vidro**, mas por trabalharem com alimentos sem conservantes, há um prazo para validação e devem garantir a segurança alimentar.

O ano iniciou com **ótimas perspectivas de crescimento**, exigindo um esforço de capital relacionado a capital de giro já esperado.

A falta de embalagens **impactou negativamente a capacidade da empresa em gerar caixa**, pela falta de produção. Entretanto, foram adotadas **medidas para redução de despesas** até que a situação de abastecimento seja normalizada.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **69,3 toneladas de alimentos orgânicos** produzidos.
- **98% dos resíduos** da produção são **compostados ou reciclados**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- As perspectivas são otimistas: há diversos **novos produtos e lançamentos em desenvolvimento** e a empresa está estruturada com capacidade produtiva para atender esta demanda.
- Em paralelo, **novos mercados estão sendo analisados** – como *food service* e produtos de substituição *plant based* – com lançamentos específicos para atendê-los.

D O
T Z

HANDMADE IN BRAZIL
EST. 2017



Sapatos Loafers unissex, produzidos com componentes sustentáveis brasileiros, com colaborações de artistas e de modo quase artesanal.

Acesse o [Report 2020](#).

FLUXO DE PAGAMENTO

2,7% Pago

R\$ 952,46

Total Geral

R\$ 35.587,08

Início em jun/2021

Fim em set/2024

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Após uma **série de ações implementadas em 2020**, que levaram a uma **redução importante de custos e investimentos**, iniciaram 2021 com uma **estrutura preparada para novos desafios**.

Durante grande parte do ano, **o mercado esteve fechado para o produto** (lojas fechadas, feiras de vendas suspensas/adiadas) em função das medidas restritivas, principalmente no **mercado europeu**, que é hoje o principal mercado do negócio.

Houve um **impacto direto nas vendas B2B**, bem como na construção de ações de fomento da imagem da marca, que diminuíram.

Estão trabalhando na **consolidação de clientes** já ativos (fornecendo treinamento, realizando visitas e construindo novos materiais de comunicação) e na **evolução do portfólio de produtos** (renovação da coleção, novidades).

Estão testando **novas estratégias logísticas** a fim de ter **reduções de custos**. Hoje, essa é uma das áreas mais custosas e onde identificam ganhos possíveis a curto prazo.

Estão em **equilíbrio financeiro** e não estão trabalhando com alavancagem ou exposição, até que o cenário de projeção seja revertido de forma definitiva.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- A produção continua **100% vegana** e, já no primeiro semestre de 2021, atingiram o consumo de **400 metros quadrados de tecidos sustentáveis**;
- Começaram a trabalhar diretamente com a organização social **Costurando Sonhos**, da comunidade Paraisópolis, que passaram a ser os **fornecedores de sacolas de algodão** → no primeiro pedido foram **mais de 1.200 sacolas fabricadas**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Em termos de vendas, projetam **atingir um número similar ao período anterior à pandemia**, baseado na percepção de expectativa positiva de lojistas;
- Irão **reforçar a ação comercial** através de agentes, que trabalharão para **complementar os canais já existentes, ampliando a atuação geográfica** e apresentando uma nova coleção nas principais feiras comerciais, **reforçando a imagem da marca**;
- Irão direcionar uma verba para a **contratação de uma agência de comunicação**, que entre outras coisas, terá um serviço de **relações públicas**.



Negócio social de reformas com foco em eliminar as insalubridades das residências em comunidades de baixa renda.

Acesse o [Report 2020](#).

FLUXO DE PAGAMENTO

5,3% Pago

R\$ 7.436,34

Total Geral

R\$ 140.616,00



Início em **abr/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A pandemia ainda segue sendo o maior desafio do negócio. Mais neste ano do que no ano passado, pois sem o auxílio emergencial, seus cliente tem ainda mais **receio de reformar a casa e não ter condições de arcar com os valores por meses.**

Conseguiram se estabelecer, **firmar parcerias boas** e continuar **impactando a vida das pessoas.**

Focaram o trabalho no **B2B**, no **B2C** e na **expansão do atual modelo de negócio.**

Concluíram a **primeira turma de Embaixadores Moradigna**, modelo de expansão que escolheram para atuar. Ele já vem dando resultados positivos, pois está **levando o impacto para cidades** do interior de São Paulo, Manaus, Rio de Janeiro e Brasília.

Tiveram **19 reformas** de empresas que compraram algum dos seus produtos e reverteram em reformas.

Realizaram uma **parceria** com a **Habitat para a Humanidade.**

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Realizaram **16 reformas subsidiadas** com a Habitat para a Humanidade e com aproximadamente **64 pessoas impactadas**;
- Entraram em acordo com **13 pessoas** para serem **Embaixadores Moradigna** em **4 Estados do Brasil**;
- Tiveram ao todo **38 reformas**, entre **B2B e B2C**, impactando cerca de **152 pessoas** e movimentando um **total de R\$ 252.717,10**.

** Obs: é considerada uma média de 4 pessoas por casa reformada.*

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Com a vacina, espera-se que o mercado volte a aquecer e, assim, o negócio poderá **vender mais no B2C**;
- Com o B2B, esperam **firmar mais parcerias** para reformas subsidiadas e, assim, **impactar a vida de quem mais precisa**;
- Estão com a previsão de **dar início às reformas** junto aos Embaixadores Moradigna **em julho de 2021**.



Empresa especializada na redução do descarte de resíduos com soluções em compostagem, fraldas e menstruação.

Acesse o [Report 2020](#).

FLUXO DE PAGAMENTO

1,8% Pago Total Geral
R\$ 6.066,94 **R\$ 344.761,92**

Início em **jun/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O principal fator externo que impactou o negócio foi o **atraso em relação à captação junto à SMU Investimentos**. Iniciaram a confecção dos moldes da HumiBox contando com tais recursos e estão arcando com os custos dela, o que consumiu o seu capital de giro. A Morada **precisa fazer empréstimos** para não entrar no Cheque Especial.

As principais ações tomadas este ano foram:

- **recebimento de aporte** da Yunus Negócios Sociais;
- estruturação do **novo site da Morada da Floresta**;
- estruturação das **novas lojas virtuais** da Morada da Floresta;

- **desenvolvimento das marcas** Be Humi e HumiBox;
- **confecção** dos moldes da HumiBox;
- **aprovação do projeto Ilha Limpa**, junto à Compass e Prefeitura de Santos;
- realização do vídeo de lançamento da HumiBox.

A **saúde financeira do negócio está bastante delicada** devido ao atraso da captação e o início da confecção dos moldes da HumiBox, assim como à **situação atual do mercado**, fazendo com que as vendas ainda não tenham atingido um patamar adequado.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **5.117 kg/dia** a mais de capacidade de compostagem instalada;
- **20,1 ton** de plásticos reciclados na fabricação (longa vida, PP, BOPP);
- **1,5 mi (44,3 ton)** de fraldas descartáveis evitadas ao longo do ciclo de vida;
- **596,3 mil (4,8 ton)** absorventes descartáveis evitados ao longo do ciclo de vida.

* Indicadores referentes ao 1º semestre de 2021.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O negócio tem **ótimas perspectivas** para o segundo semestre de 2021:
 - Lançamento do **novo site e das lojas virtuais** da Morada da Floresta;
 - **Lançamento da HumiBox**: sistema de compostagem para grandes geradores.
- Esperam **crescer em vendas e em atuação de mercado**: contrataram uma gestora comercial e a buscam recrutar um coordenador de marketing;
- Buscam **aumentar a divulgação das marcas** com o fechamento de **parcerias com importantes players**.



Consultoria para planejamento e avaliação de iniciativas de impacto social e socioambiental positivo. **Acesse o [Report 2020](#).**

FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 117.962,64

Início em **jul/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O principal impacto externo sobre a operação foi, e está sendo, a **saúde mental da equipe**. A sobreposição de afazeres domésticos e profissionais, por vezes inconciliáveis, a hiper exposição às telas e o desgaste emocional causado pela necropolítica de estado misturaram-se; queixas foram ouvidas como **sinal de alerta para uma ação institucional**.

Com isso, foram reduzidas as jornadas de trabalho às sextas-feiras, dia em que também a agenda para reuniões está bloqueada. Além disso, foram **criados espaços institucionais de acolhimento** e cuidado coletivo através de ações orientadas por **pessoas habilitadas**.

A Move Social registrou ao final de maio o **terceiro mês de resultado operacional superavitário no ano**. Esse resultado deixa o negócio mais próximo de um cenário acumulado que recupera as perdas registradas nos dois primeiros meses.

Somado a esse contexto, o negócio tem, com a programação financeira do mês de junho, a expectativa de **encerrar o primeiro semestre com as perdas operacionais zeradas** e também com **disponibilidade de caixa com margem segura para restabelecerem os investimentos** em ações institucionais planejadas para o ano.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Total de **26 projetos atendidos no ano de 2021**;
- **84% de NPS** (Net Promoter Score): indica a alta eficiência na solução de desafios dos parceiros e clientes;
- **Encerramento do projeto** de avaliação de aceleradoras: **11 organizações participantes do programa**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- **As expectativas são otimistas** devido ao cenário de aumento da demanda observado desde o segundo semestre de 2020;
- Esse aumento de propostas negociadas e aprovadas tem tensionado a capacidade de entrega da consultoria, **exigindo a implementação de ações para aumento da equipe**;
- Estão **redesenhando a governança institucional** e em processo de contratação de uma consultoria em diversidade e letramento racial para a equipe.

MyBasic

veste o bem

Desenvolve peças básicas e de qualidade para o público feminino através da produção por grupos produtivos e microempendedoras, além de venda física e digital.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

5,3% Pago

R\$ 14.083,64

Total Geral

R\$ 263.581,74

Início em jun/2021

Fim em set/2024

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Além da falta de matéria prima no mercado – problema que se iniciou no segundo semestre de 2020 –, este ano o **negócio sofreu com a alta dos preços de fios e tecidos**, impactando diretamente o markup e o resultado financeiro.

Diante disso, fizeram uma **revisão completa dos preços de vendas dos produtos**, buscando ao máximo **manter ainda o preço atrativo** para que não impactasse de forma brusca o posicionamento da marca.

O lockdown inesperado em março levou ao **fechamento da Casa MyBasic**, o que impactou diretamente as vendas pois a Casa vinha aumentando a participação nas vendas. Fizeram algumas **ações como entregas de malinhas de roupas em casa** para minimizar a perda, mas o impacto foi relevante.

A **postergação de alguns impostos** foi essencial para manter o **caixa saudável durante o 1º semestre**, porém agora existe um **acúmulo de amortizações de dívidas e tributos**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **Certificação B** → criação de um painel de controle interno para **acompanhamento e monitoramento** das ações sociais, ambientais e das externalidades positivas do negócio. Alguns dos números de 2020 são:
 - **349 produtos de upcycling** feitos com resíduos da produção;
 - **85 empreendedoras impactadas** na contratação de grupos produtivos e mão de obra social;
 - **R\$ 48.111,49 de renda gerada** por meio de *fair trade*.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Existe um **ar de otimismo no mercado** com o avanço da vacinação, gerando uma expectativa de **reaquecimento das vendas** e retomada da **procura por peças de maior valor agregado/mais elaboradas** (ex. atividades profissionais e sociais externas).
- O negócio irá avaliar, durante o 2º semestre, a viabilidade de retomar planos de **abertura de novos pontos físicos**, que serão importantes para a sustentabilidade do negócio.
- O **acúmulo de amortizações de dívidas e tributos** postergados para o 2º semestre será um desafio.



Educação e Mobilização para Alimentação Sustentável (horta, nutrição e compostagem).
Acesse o [Report 2020](#).

FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 100.011,96

Início em **set/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Já atenderam neste ano **29 clientes** (no ano passado foram 27 ao todo), sendo 10 destes, novas contas! Tudo isso num cenário mais grave da pandemia, que congela atividades de campo, os projetos se alongam e dificultam-se as vendas.

Realizaram **46 ações este ano com mais de 2.200 pessoas impactadas** diretamente, mesmo com poucas atividades presenciais.

Estão ofertando o **programa Pé de Feijão** de bem estar para empresas em home office que querem oferecer um respiro para as rotinas pesadas de trabalho.

O MVP Digital saiu do papel em junho, tornando concreta a **digitalização do Pé de Feijão**, através de uma plataforma com uma jornada que guia o usuário para um estilo de vida mais saudável e sustentável.

A pauta ESG abriu muitas portas para o Pé de Feijão falar de **sustentabilidade dentro do ambiente corporativo**.

Realizaram **projetos em áreas de vulnerabilidade** que visam a **segurança alimentar** com hortas e compostagem comunitária, além de projetos para formação de multiplicadores em escolas públicas contando com apoio de parceiros como a Melitta, Mãe Terra, CIEE, FEAC e Nestlé.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **28 mil pessoas impactadas** para uma alimentação mais sustentável (sendo +2200 em 2021);
- **26 hortas implantadas** (sendo 2 delas em 2021);
- **1 sala da horta** com cozinha pedagógica implantada dentro de uma escola pública;
- **Mais de 50 toneladas** de resíduos compostados (sendo 6 ton em 2021);
- **Mais de 575 atividades** realizadas (dentre oficinas, cursos e outras, sendo 46 em 2021).

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Fortalecer mais a **atuação com educação e saúde**, crescendo o braço de formação de **multiplicadores em alimentação saudável e sustentável** de forma híbrida (online e presencial) com intervenções nos espaços, quando possível, **dando mais confiança e autonomia** a professores da rede pública, agentes comunitários de saúde, outros profissionais de UBS e educadores;
- Ampliar a **busca de recursos em institutos e fundações** que possam financiar projetos dessa natureza;
- **Melhorar a plataforma digital** para que seja cada vez **mais engajadora e com mais conteúdo** para quem quiser avançar na adoção de hábitos mais sustentáveis.

FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 478.287,36

Início em **jul/2021**

Fim em **jan/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Apesar das dificuldades que a pandemia trouxe em relação aos cuidados com os colaboradores, tiveram **poucas ausências** devido à contaminação por COVID.

Conseguiram **iniciar novos projetos de restauração** que estavam paralisados devido à pandemia, incluindo **plantios em 3 áreas do ATIVO VERDE, do Programa Nascentes do Estado de São Paulo**. Com esta modalidade, os projetos ganham maior eficiência e favorecem uma contratação de mão de obra de longo prazo.

O **caixa da empresa está saudável** e atualmente buscam investimentos para apoio à **implantação de novos projetos**, quando ocorrem os maiores custos do reflorestamento.

O número de funcionário triplicou. Atualmente, contam com uma **equipe de 202 colaboradores**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Maior projeto de reflorestamento do Estado de São Paulo: **430,21 hectares de plantio** e combate e manejo de **124 hectares de floresta exótica** → região com **alto sequestro de carbono**;
- Nesse projeto, foi construída a **passagem de fauna**: área 1.000m² que liga dois fragmentos na rodovia dos Tamoios para **passagem de animais e pousio de aves**;
- O plantio contou com **18 espécies arbóreas nativas**, sendo **6 delas ameaçadas de extinção** no Estado de São Paulo;
- No 1º semestre de 2021 foram **recuperados 565+ hectares de floresta nativa** da Mata Atlântica, o que equivale a **quase 1 milhão de árvores plantadas**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão mobilizando equipamentos e pessoal para execução de contratos de grande valor com a VALE e Fundação RENOVA, que incluem **serviços de recuperação da bacia do Rio Doce** e a **descaracterização de barragens alteadas a montante**, que exigirão alto capital de giro nos primeiros meses;
- Estão **mapeando novas áreas para implantação e comercialização de ATIVO VERDE** que poderá gerar um bom fluxo para 2022;
- Trabalho de *advocacy* junto a Fundação Florestal para criação de metodologia para **comercialização de crédito de carbono** em áreas administradas pela Fundação.



Prestação de serviços de TI para o cumprimento de legislação sobre resíduos através de cooperativas de catadores. **Acesse o [Report 2020](#).**

FLUXO DE PAGAMENTO

5,3% Pago

R\$ 1.238,96

Total Geral

R\$ 23.161,32

Início em **abr/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

A plataforma Fechando Ciclo e a sua carteira de clientes foram vendidas para a **EuReciclo**. Por conta desta transação, modificamos neste relatório o negócio para a **Constata**, que era a detentora da marca e foi a **empresa que se comprometeu originalmente com o Programa CoVida20**.

.....

A transação foi interessante para a Constata, que passou a ser **prestadora de serviços de TI para a EuReciclo**. Desta forma, a Constata se mantém conectada à **geração de impacto de forma mais abrangente** pela maior presença da Eu Reciclo

nestes processos de atendimento à legislação de resíduos sólidos.

.....

Sendo assim, a Constata passa a ser uma **software house sustentável**. O negócio está se estruturando para prestar **serviços de consultoria e desenvolvimento de softwares com propósito**.

.....

O negócio está desenvolvendo, em conjunto com a **EuReciclo**, um **sistema para a rastreabilidade da coleta de lixo na França**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Considerando a absorção pela EuReciclo foram **290+ mil toneladas de resíduos compensadas**;
- **130+ operadores parceiros**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão em busca de **novos clientes**, com **ênfase voltado para sustentabilidade**;
- A Constata está se estruturando para **iniciar as prospecções de novos projetos** a partir do segundo semestre.



casa, corpo e natureza



Produtos e soluções de limpeza para a Casa, o Corpo e o Planeta.

Acesse o [Report 2020](#).

FLUXO DE PAGAMENTO

1,8% Pago

R\$ 4.651,41

Total Geral

R\$ 263.890,98

Início em **jun/2021**

Fim em **ago/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A Positiv.a **continuou crescendo em 2021**, entretanto, em uma proporção menor da que havia sido projetada.

O principal problema externo do negócio está no custo. Estão com algumas **dificuldades devido a crescente inflação nos custos** das matérias primas.

No que se refere ao **faturamento**, a perspectiva é de que, no **primeiro semestre** de 2021, esse número chegue a **75% de tudo o que foi faturado em 2020**.

O negócio **lançou 4 novos produtos**, totalizando um portfólio com 77 produtos em limpeza e autocuidado.

Apesar de estar com o faturamento abaixo do projetado, a Positiv.a continua com uma **posição de caixa que oferece certa tranquilidade** para pagamento de seus compromissos assumidos.

Divulgação da **Política de Diversidade e Inclusão do negócio**: (i) página publicada no site; (ii) compromisso público com o movimento Seja Antirracista; (iii) comprometimento em ter um time cada vez mais diverso e inclusivo com ações efetivas nas contratações e auxílio externo.

Re-certificação no Sistema B e novos **Embaixadores do Capitalismo Consciente**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- O time da Positiv.a cresceu de **35 para 46 pessoas**;
- O negócio continua **gerando renda para pequenos produtores, pescadores e artesãos**;
- O **valor de compras realizadas com os parceiros do negócio foi dobrado** no período de jan a mai/21, em relação ao mesmo período de 2020;
- Continuam **acelerando a venda de produtos** que substituem outros produtos concorrentes feitos com sintéticos, derivados de petróleo e plásticos.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O 2º semestre é historicamente mais forte para o negócio, portanto, as **perspectivas são positivas**;
- Lançamento de **novos produtos**, como um **desinfetante totalmente natural que mata o vírus do Covid-19**;
- Lançamento de **modelo de assinatura de produtos**;
- Expectativa: continuar crescendo e **atingir o objetivo de R\$ 20 MM de faturamento** em 2021.



Fazenda referência internacional em turismo de natureza, educacional e de eventos.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

1,8% Pago

R\$ 3.094,99

Total Geral

R\$ 175.624,74

Início em **jun/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

Interrupção de todas as atividades do RS (fev-abr) por conta da pandemia. Em maio, foi permitida a **realização das atividades de turismo** com todos os cuidados → redução da disseminação do Covid em 50% e o negócio teve um **crescimento de 7% dos resultados comparado com 2019**.

.....

O número de visitantes do novo projeto da Estância das Oliveiras foi aumentado, o que trouxe **incrementos importantes para a receita**.

.....

Implementação de **descontos nos valores mais altos** oferecidos → no geral, aumento do ticket médio de 20% do valor de anos anteriores.

.....

Lançamento do **projeto de reencontros de equipes de empresas** → já tiveram os primeiros treinamentos empresariais ao ar livre.

.....

Mesmo no inverno, quando as atividades ao ar livre diminuem e o movimento naturalmente desacelera, a Quinta está conseguindo **manter uma arrecadação estável**.

.....

Situação financeira: **caminhando para um equilíbrio**. Todos os **custos foram reduzidos expressivamente**, chegando aos menores níveis de todo o histórico de trabalho, mitigando assim um possível desequilíbrio gerado pela baixa nas receitas.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- O **número de visitantes vem crescendo** mês a mês desde a reabertura do turismo;
- **Redução nas emissões** de gases de efeito estufa;
- Realização de **projeto de educação online para 21.000 alunos carentes** da rede pública que tiveram fortes impactos na qualidade de sua educação decorrentes da pandemia.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Com a chegada da primavera e do verão, aliada a um maior percentual da população vacinada, as **perspectivas são muito positivas**, fazendo com que o negócio deva **retomar a sua movimentação de forma mais intensa** a partir de setembro;
- A Quinta está fazendo cotações para **encontros de escolas** (o que não estava previsto), podendo ser uma **receita extra para o segundo semestre** em relação ao planejamento.



Design para a circularidade e sustentabilidade através de plásticos descartados.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

2,7% Pago
R\$ 433,64

Total Geral
R\$ 16.207,92

Início em **mai/2021**

Fim em **nov/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Com a pandemia, houve um aumento considerável de uso de embalagens descartáveis. Uma cadeia de descarte instantânea e contaminada, **dificultou a triagem e a separação dos plásticos pós-consumo** junto às cooperativas, fazendo com que, no último semestre, a Rato tenha **priorizado apenas embalagens e resíduos provenientes de excedentes industriais**.

Além disso, todos os **insumos utilizados** pela RatoRói tiveram um **aumento em seus valores**, assim como o custo da moagem.

Em resposta ao aumento de custos, o negócio **aumentou a procura e a pesquisa de preços** junto aos

fornecedores dos insumos que utiliza para a transformação dos resíduos, também **renegociou prazos e aumentou o radar no cadastro de cooperativas e associações parceiras** buscando variedade e novas possibilidades de inovação.

Todo esse cenário **impactou os resultados financeiros** e a operação trabalhou no negativo no primeiro semestre de 2021.

O **resultado é parcialmente recuperado** através das parcerias de inovação, consultorias e curadorias oferecidas pela empresa para outros negócios, associações, cooperativas, startups e outros designers.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Total de **plástico reciclado** de janeiro a junho de 2021: **85,22 kg**;
- Total de **energia economizada** de janeiro a junho de 2021: **115,48 kW**.
- Total de **área de aterro sanitário economizada** de janeiro a junho de 2021: **2,5 m²**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- O negócio entende que precisa **acelerar a transformação de plástico reciclado** para aproximar-se da sua meta de 2 toneladas por ano;
- Para isso, o negócio está **aumentando seu networking** em busca de apoio mútuo para inovação com uma chamada aberta em seu site - **para acessar, basta [clique aqui](#)**.



Fabricante de vestuário com modelo de negócio sustentável.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

5,1% Pago

R\$ 15.234,44

Total Geral

R\$ 298.132,36

Início em /2021

Fim em /2024

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Com a continuidade e agravamento da Pandemia, houve maiores restrições à circulação e comércio, **comprometendo a retomada de vendas** que se observou no final de 2020.

O negócio foi obrigado a **reduzir suas despesas** com o desligamento de 40% dos colaboradores CLT e **renegociação com todos os fornecedores** e **nova captação de recursos** para Capital de Giro.

Com apoio de pessoas da Trê e do Parsifal21, iniciou-se uma profunda **revisão do modelo de negócios, sua estratégia de produtos e canais de venda**.

A **situação da empresa ainda é delicada** para a manutenção de seu giro. Grande enfoque está sendo dado para o **aproveitamento dos estoques**, mantendo as características de produção sustentável da empresa.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **Pesquisa Humanizadas:**
 - **Nível 4** no Centro de Gravidade de Consciência;
 - Índice de Qualidade das Relações: **90-95%**.
- **Lixo-zero;**
- **235,60 metros** de tecido reaproveitados com vestuário;
- **1.185 peças** de vestuário produzidas com **Upcycling (25%** da produção total de vestuário);
- **56,33 metros** de tecido reaproveitados com acessório;
- **765 acessórios e móveis** produzidas com **Upcycling (100%** da produção total de acessórios).

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A **retomada de patamares mais relevantes de vendas** deve acontecer em meados do 2º semestre;
- A Refazenda seguirá nesse caminho de **revisão de seu modelo de negócios e busca de oportunidades de prestação de serviços e construção de novas parcerias**, além de reforçar a comunicação de sua atuação sustentável.



Marketing consciente e promoção de saúde para o desenvolvimento humano e organizacional. Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

1,8% Pago
R\$ 495,27

Total Geral
R\$ 27.401,40

Início em **jun/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A segunda onda impactou o negócio, **suspensando algumas propostas de treinamentos e eventos**.

Aproveitaram para se **reinventar** e lançar um novo posicionamento, o **Heart&Business**, que passou a gerar grande interesse e propostas de **treinamentos HeartMath**, unidos a outras ferramentas de desenvolvimento humano, marketing e inovação.

Ainda **estão sem faturamento**, mas com muito movimento de reuniões e propostas.

Estão **investindo em projetos novos** com retorno a médio e longo prazo. (startup **BeHeart**, Certificação Organizações **HeartBased**).

Conseguiram a **antecipação de um "crédito"** que tinham da Acciona, em função de um evento que não ocorreu ainda e que aceitou pagar 4 parcelas pendentes, o que dá um **fôlego de mais 3 meses na manutenção da equipe**.

Tratativas para **venda de patrocínio AirportRun 2022**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Realizaram a **jornada do HeartBrasil** para **8 turmas**, envolvendo um total de **276 pessoas** (duas das turmas foram gratuitas);
- Apresentaram **10 propostas comerciais** (mas sem conversão).

Para mais detalhes dos projetos citados [clique aqui](#).

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Caso o cenário de pandemia melhore e a vacinação avance, a expectativa é:
 - 1 treinamento para Acciona;**
 - 1 feira Acciona | Intermodal** (híbrida);
 - 1 ou 2 edições da Airport Run** (corrida em Aeroporto/dezembro);
- Lançamento de um **curso online gratuito** em parceria com o Instituto Capitalismo Consciente e planejamento para lançar um **curso pago como continuidade**;
- Fazer um MVP de um **aplicativo de coerência cardíaca**;
- Planejamento para um **evento online em parceria com o Instituto HeartMath**.

FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 29.548,44

Início em **jul/2021**

Fim em **nov/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

Maior desafio: **equalizar as contas**, tendo em vista que **os custos de compra de aparas subiram** de maneira exponencial e os clientes estão reclamando disso.

.....

Estão tendo de **repassar aumentos na casa de 30% até 80%** para poder continuar trabalhando. Além disso, o mercado está muito canibalista no setor de plásticos, e os **clientes estão “pulando” o negócio e indo comprar direto com fornecedores**, acabando com as parcerias de longa data.

.....

Financeiramente **encontram-se “no amarelo”**, mantendo as contas em dia, sem deixar de movimentar.

.....

Em resposta, estão realizando ações de **renegociação com clientes, abrindo novos fornecedores** e estão **ofertando mais serviços** para o mercado.

.....

Efetuaram a **conclusão do novo espaço de trabalho**, uma área coberta de aproximadamente **300m²** para melhorar as condições de trabalho da equipe;

.....

Receberam a visita do Sr. Vilfredo Schurmann, pelo **projeto “Voz dos Oceanos”**, com o objetivo de conhecer o processo do negócio e **gravar para o documentário da expedição**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Efetuaram a recuperação de mais de **140 toneladas de resíduos plásticos de PVC** e prestaram outras **80 toneladas** em serviços aos clientes;
- Estão **mantendo os empregos** e abrindo **novas vagas**;
- Instalaram um **novo moinho com capacidade de 450 kg/hora** de moagem, triplicando sua capacidade;
- Aumentaram o **atendimento ao agronegócio**, abrangendo mais bananicultores, para um total de **18 propriedades** com **mais de 150 mil pés de bananas** amarrados com um taquinho de PVC reciclado.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão **remodelando os custos** e apresentando uma **nova tabela de preços**;
- Novos fornecedores: estão conseguindo **ofertar mais material ao mercado, gerando mais recurso**;
- Terminaram a cobertura do novo galpão. Agora, farão o fechamento lateral e iniciarão a construção de um terceiro galpão, para **receber e armazenar de maneira adequada os materiais que estão adquirindo**;
- Os clientes que são parceiros estão **apoiando nesse crescimento, aumentando suas demandas** com o negócio.



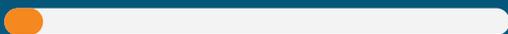
FLUXO DE PAGAMENTO

5,4% Pago

R\$ 8.260,14

Total Geral

R\$ 154.354,14



Início em **mai/2021**

Fim em **jan/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

O **prazo de recebimentos** de serviços prestados no ano passado **foi uma dificuldade**. Isso por conta da **interrupção da Secretaria Especial da Cultura na liberação de contas** de projetos que já foram aprovados e captaram recursos em 2020, atrasando assim muitos dos recebíveis da Simbiose.

A Simbiose Social encerra o 1º quadrimestre de 2021 com **um resultado muito positivo: crescimento do faturamento de 66% versus** o mesmo período do ano passado, onde mais da metade refere-se a receitas recorrentes, refletindo o esforço e trabalho desempenhado pelo time em 2021.

Continuaram a **cobrir 100% dos custos e despesas da empresa com receitas da própria operação**. Isso é devido, principalmente, ao considerável aumento de receitas recorrentes, que sozinhas praticamente cobrem os custos e despesas, permitindo um **crescimento substancial e novos investimentos apenas com recursos próprios**.

Em termos de receita, vale destacar que, no comparativo com o 1º quadrimestre de 2020, fecharam o período com **47% de crescimento em receitas recorrentes**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **R\$ 2 milhões investidos via plataforma** para projetos sociais (o número cresce muito no último quadrimestre devido à sazonalidade do setor de leis de incentivo) → a expectativa é de **R\$ 150 milhões até o final do ano**);
- Investimento feito em **5 diferentes projetos sociais**;
- Contratação de mais **5 colaboradores**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- **R\$ 150 milhões investidos** via plataforma para projetos sociais até o final do ano;
- **Crescimento do faturamento em 120%** comparado ao mesmo período em 2020;
- **Margem positiva** em todos os produtos;
- Contratação de **mais 8 colaboradores até o final de 2021**.



um grau e meio

Redução das emissões de CO2 através da detecção automática de incêndios florestais.

Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 228.685,32

Início em **out/2021**

Fim em **fev/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Com a segunda onda da COVID **alguns projetos ficaram em stand by, mas não foram paralisados**, como no ano passado.

Mesmo assim, **fecharam 3 novos projetos**, conseguiram **renovar 4 contratos** que estavam vencendo. **Ampliaram o time de operações** com mais 4 pessoas a fim de atender as demandas.

Concluíram o processo de rebranding, da antiga Sintecsys para **Um grau e meio**, fortalecendo e trazendo o propósito contra o aquecimento global para o nome da empresa.

Tiveram uma **melhora considerável** em relação ao segundo semestre do ano passado, com o **início do faturamento recorrente** dos projetos implantados no final de 2020.

Estão **próximos de atingir o breakeven** financeiro.

Agregaram a **monitoração de mais um bioma** - Pampa.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Ampliaram para **4+ milhões de hectares monitorados**:
 - Áreas nativas 1.290.997 ha;
 - Cultivo cana de açúcar 650.381 ha;
 - Pastagem 882.706 ha;
 - Florestas plantadas 385.000 ha.
- Redução de áreas perdidas para incêndios de **50 a 90%**.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão com **excelentes expectativas**, para o segundo semestre, por conta da **escassez hídrica e pela maior ocorrência de incêndios**, o que amplia a sensibilidade das empresas para o tema. Estão com **várias propostas em fase de fechamento**.
- Plano de **instalar a primeira solução 100% ambiental** (no Pantanal) que trará muita visibilidade à empresa,
- Esperam **crescer 100% neste ano**.

A Social Docs é a primeira empresa de conteúdo do Brasil focada em contar histórias de impacto social. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

8% Pago

R\$ 8.880,71

Total Geral

R\$85.590,54

Início em **abr/2021**

Fim em **jul/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A Social Docs segue tendo **Institutos e ONGs como seus maiores clientes**, contudo o **cenário segue muito crítico para esse setor**, o que acaba limitando sua capacidade de investimentos em comunicação.

Foi decidido então **voltar atenções comerciais para iniciativas ESG dentro das empresas**, abrindo um novo leque de potenciais prospects. Nestes clientes, estão realizando projetos de comunicação, sempre ligados a impacto socioambiental.

Esse é um **exercício longo de conquista de novos clientes em um setor novo**. O empresa acredita que estão na direção correta, principalmente por terem desenvolvido projetos para o Grupo Iguatemi e para a Danone.

Essa **ampliação do leque de clientes** ajudou a **situação financeira que está saudável** neste momento.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **17 filmes de impacto** produzidos.
- Informações de quantidade de pessoas impactadas pelas filmes será passada no relatório do final do ano, base apuração com todos os clientes da empresa.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Pretendem **fortalecer a presença dentro do setor privado**, prestando serviço para empresas que trabalham com projetos ligados a impacto social.

status 4

Startup de IoT e Inteligência Artificial que detecta vazamentos de água nas redes e ramais de distribuição derivados. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

2,6% Pago

R\$ 7.509,68

Total Geral

R\$ 286.186,68

Início em **mai/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Muitos clientes estão com redução de equipe (por afastamentos e/ou demissões), o que **dificulta as negociações**. Contudo, perceberam uma **maior abertura para contratações**. Fizeram uma **revisão da equipe** e **diminuíram o pró-labore dos sócios**.

Renegociaram dívidas de curto prazo e estão em **captação de novos investimentos**.

Estão com o **fluxo de caixa negativo**, mas já tiveram uma **ligeira recuperação** do caixa (reduzindo o saldo devedor).

Mudaram de sede e estão no processo de **desenvolvimento de produtos** que sejam menos sujeitos a questão de presença em campo.

Formalizaram **parcerias com Institutos de Pesquisa** (o que possibilitou uma redução no gasto com a equipe de P&D).

Fizeram uma **revisão do produto**, corrigindo problemas de funcionamento (o que **aumentou o interesse dos clientes pela ferramenta**).

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Encontraram **2748 vazamentos** no período de janeiro de 2020 até maio de 2021;
- **14,3 piscinas olímpicas** por dia (número referente à **redução de perda de água** por dia);
- Este volume de água (referente às piscinas) serve para **abastecer mais de 300 mil pessoas** diariamente.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Com o **marco legal do saneamento**, o mercado acabou se agitando e as empresas estão voltando a **falar sobre prevenção de perdas**. Contudo, é um mercado lento e, por isso, **não imaginam que haja um grande aquecimento** já no próximo semestre;
- Estão lançando no mercado, no início de agosto, uma **versão fixa do sistema de monitoramento**. A **telemetria** é algo que está em crescente procura pelo mercado e entendem ser **uma solução importante de ser ofertada**.



A Sustental aplica a sustentabilidade em organizações, buscando equilíbrio em processos e novos modelos de negócios. [Acesse o Report 2020.](#)



FLUXO DE PAGAMENTO

9,5% Pago

R\$ 5.209,56

Total Geral

R\$ 54.774,69

Início em **mai/2021**

Fim em **ago/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Os 2 principais **fatores externos que afetaram** o negócio foram:

- o **Impedimento de viajar** para dentro das comunidades tradicionais, por conta da proliferação do Covid-19;
- o **Paralisação total de quase 2 meses** (fevereiro e março) nas atividades da empresa por conta de problemas familiares.

As principais ações tomadas voltaram-se para buscar **novos direcionamentos para voltar a ter capital de giro.**

A Sustental voltou 7 anos no tempo reduzindo sua equipe a apenas 1 pessoa. Graças ao CoVida20 **foi possível pagar todos os colaboradores.**

O mês de abril foi dedicado para o **planejamento** do negócio e para um novo **investimento em cursos de vendas e mentoria.**

Já o mês de maio teve como objetivo a **implementação das mudanças** estabelecidas com o planejamento e **testar os novos serviços** que a empresa vai fornecer.

A **situação financeira da Sustental segue delicada**, com três financiamentos em curso, que seguem sendo repactuados e postergados. Sendo assim, para ganhar fôlego, o negócio está **utilizando o fundo filantrópico do CoVida20 na repactuação de seu empréstimo.**

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- O negócio **não possui atualizações referentes ao seu impacto** devido à paralisação das suas atividades e ao atual momento de reestruturação.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Sem equipe, a fundadora está buscando **vender mentorias e modelos de assessoria** que tornam o serviço mais acessível ao cliente, e para que possa realizá-lo sozinha;
- Pelo *core business* da Sustental, ela depende do fim da pandemia para retomar suas atividades, portanto, serão feitas **alterações temporárias em seu escopo**. Sendo assim, em parceria com a Piipee - empresa de produtos biodegradáveis para saneamento - será iniciada uma **linha de produtos sustentáveis que serão vendidos pelo negócio**, a fim de monetizar.



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral

R\$ 200.552,76

Início em **set/2021**

Fim em **fev/2025**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Os fornecedores têm atrasado muito e **aumentado preços consideravelmente**. A cadeia de fornecimento, desenvolvimento de produtos e reposição de estoques estão bem mais difíceis.

Instagram e Facebook fizeram mudanças significativas nos algoritmos e **o alcance das mídias caiu bastante**, impactando nas vendas de maio e junho.

Fizeram uma grande reestruturação de pessoas/funções: Agora possuem uma **equipe mais alinhada e segura do seu papel**.

Contrataram novos sistemas, e fizeram grandes **melhorias de processos internos**. Agora possuem **zendesk** (app de atendimento), **mandae** (logística), **Mailchimp** (app de CRM), entre outras melhorias na **operação do e-commerce**.

Começaram uma expansão de linha com o lançamento do **The Feminist Coffee**. Além disso, **mudaram as embalagens** e passaram a ser uma **empresa zero plástico**.

2021 começou **muito bom em faturamento**. Os primeiros meses foram espetaculares, com **volume 3x maior** comparado ao mesmo período do ano passado. Em maio o cenário mudou e junho tem sido ok para médio.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **50 mulheres** impactadas;
- **5900 garrafas pet** reutilizadas;
- **45 árvores** plantadas;
- **4700 toneladas** de papel reciclados;
- **4 ONGs** apoiadas;
- Doação de **60 cestas básicas** (ajuda para pessoas mais afetadas pela crise do Covid-19).

* Indicadores referentes a 2021.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Irão lançar uma **grande campanha nas mídias** com uma influencer relevante no Instagram (a maior que já fizeram);
- Irão focar em **duas novas plataformas sociais** (Linkedin e Pinterest), nas quais a atuação ainda é tímida;
- Irão **lançar novos SKUs de café (em grãos e em cápsulas)** e também uma nova linha de chás. A ideia é terminar o ano com uma **linha completa de chás e cafés**;
- Farão uma **grande promoção na Black Friday** e kits de verão para o Natal.



Grupo afro empreendedor de serviços de beleza, formação e comercialização de produtos de estética. [Acesse o Report 2020.](#)



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 96.238,44

Início em **set/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....
A Todo Black é Power foi muito afetada pelo agravamento da pandemia em 2021, que provocou sucessivos fechamentos dos salões.
.....

As matérias primas, embalagens e produtos usados, como luvas e aventais, apresentaram elevação muito forte de seus valores.
.....

Realizaram uma mentoria em serviços digitais para buscar alternativas de geração de negócios e receitas.

.....
Estão realizando ações para aumentar o ticket médio de clientes através de planos mais completos, com duração semestral e até anual, que permitem vendas recorrentes de produtos usados nos serviços.
.....

Faturamento nos meses mais recentes segue abaixo de 60% do registrado no mesmo período de 2019.
.....

Estão trabalhando com novas linhas de produtos com fabricação própria e de maior rentabilidade.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- +15.000 clientes atendidas (acumulado) e sendo impactadas por produtos e serviços acessíveis e que valorizam a cultura afrodescendente.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Apesar da extrema dificuldade enfrentada, Dandara e a Todo Black é Power seguem em sua missão de proporcionar experiências em um espaço de acolhimento e valorização da cultura afrodescendente, prezando pela inclusão social e a saúde da mulher.
- Têm expectativa de retomada progressiva das operações no 2º semestre.



FLUXO DE PAGAMENTO

1,8% Pago

R\$ 1.543,76

Total Geral

R\$ 87.764,76

Início em **jun/2021**

Fim em **dez/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

Com a definição do cenário político-gestor nos municípios e a aceleração no desenvolvimento do trabalho comercial, **conquistaram os primeiros negócios**.

Estruturaram uma **equipe de gestão da informação, de UX design e uma Comunidade no WhatsApp** com 210 gestores de todo Brasil até o momento.

Estão em prospecção para atuação nos **Estados Unidos** com 2 Operadoras de Planos de Saúde na região de Illinois.

Foram aprovados no **Brazil MedTech Awards**, iniciativa do Reino Unido para a internacionalização de startups brasileiras.

Recentemente foram mapeados em um estudo sobre as 66 startups GovTechs do Brasil, sendo que estão entre as **6 que mais se destacam nesta área**.

O faturamento até o momento já é o **triplo de todo ano de 2020**. Estão com 5 escritórios estaduais pelo país (Piauí, Bahia, Goiás, Paraíba e São Paulo) e **continuam em evolução**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- Tiveram **3 negócios convertidos**, sendo que foi efetuada a venda do AVISASaúde (aplicativo para monitoramento e rastreamento da COVID-19) para o município de Guaratinguetá-SP, o [AVISAGuará](#), **beneficiando mais 300 mil habitantes**;
- **R\$ 300k** de faturamento até junho/2021;
- Contratação de **9 prestadores de serviços** via Pessoa Jurídica.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Conquistar **20 projetos com o Programa Previne Brasil**;
- Fechar **3 novos contratos** com a iniciativa privada;
- Converter **3 contratos** com municípios com o aplicativo **AVISASaúde**.



Design, produção e comercialização de bicicletas elétricas. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

*Fora do período de pagamento

Total Geral
R\$ 108.688,32

Início em abr/2022

Fim em mar/2025

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A Vela segue **impactada em sua cadeia de fornecedores, com falta de componentes e matéria prima**, ao que se somou a elevação dos custos de fornecimento. Por conta disso realizaram uma readequação de preços de venda.

O segmento de clientes da empresa é mais caracterizado por pessoas de alta renda que buscam a bicicleta como meio de transporte para mobilidade urbana, segmento que segue desaquecido. Dessa forma, a **demandas por bicicletas sofreu uma queda** neste ano, o que apresenta-se como um **grande desafio para o negócio** como um todo.

Realizaram uma **captação de recursos com a venda de participação acionária** da empresa, o que ajudou a manter **o negócio saudável financeiramente**, com caixa para seguir em frente.

Seguem trabalhando com um primeiro grupo de **contratos de aluguel de bicicletas**, que se iniciaram no ano passado e servem como mais uma alternativa de geração de negócios e receitas, voltado para clientes que preferem experimentar o produto antes de investirem em uma bicicleta. Essa variação no modelo de negócio é uma grande vantagem para a Vela Bikes, tanto para **atrair novos clientes**, quanto para **garantir a saúde financeira do negócio**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- +300 bicicletas entregues em 2021;
- Captação de R\$1,5M para investimento no Brasil;
- Assinatura de contrato de licenciamento com investidores nos EUA;
- Desenvolvimento de novos processos produtivos no Brasil (nacionalização da produção);
- Renda para mais de 40 colaboradores na equipe.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- A expectativa é de retomada da mobilidade urbana de maneira mais expressiva no 2º semestre e, consequentemente, a retomada pela procura de bicicletas elétricas.



Turismo responsável com experiências de integração em comunidades tradicionais brasileiras. Acesse o [Report 2020](#).



FLUXO DE PAGAMENTO

6,6% Pago

R\$ 2.155,95

Total Geral

R\$ 32.878,26

Início em **fev/2021**

Fim em **out/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

.....

A segunda onda da **pandemia continua prejudicando severamente o setor de turismo responsável**. As pessoas não voltaram a viajar como antes, bem como é importante não expor as comunidades envolvidas ao retorno do turismo de experiência antes de um processo de vacinação mais avançado.

.....

Portanto, as **atividades seguem praticamente paralisadas** e estão sem nenhuma venda de experiências de turismo responsável neste semestre.

.....

A atividade da empresa foi reduzida ao **mínimo possível de despesas de manutenção**, como contador, site, nuvem, etc. por conta da sua **situação financeira delicada**.

.....

Empreendedora atuando em duas frentes visando **geração de receita no curto prazo**:

- projetos de **consultoria de turismo responsável**;
- formação educacional de turismo responsável através de **treinamentos do Instituto Vivejar**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **21 experiências de roteiros** em diversas comunidades locais pelo Brasil – **suspense temporariamente**;
- Instituto Vivejar com formação educacional em turismo responsável – 70 pessoas em formação em 2021;

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- **Baixa expectativa da retomada do turismo** até que a vacinação se amplie e as pessoas possam ter confiança em viajar de novo;
- Manter a empresa no **modo de gastos mínimos aguardando retomada** para 2022;
- Foco na **consultoria e expansão dos treinamentos** em turismo responsável;
- Utilização do **fundo filantrópico do CoVida20 para fôlego adicional** aguardando a retomada do mercado de turismo.



Realiza o sonho da casa linda em comunidades de periferia. **Acesse o [Report 2020](#).**



FLUXO DE PAGAMENTO

6,7% Pago

R\$ 15.046,43

Total Geral

R\$ 224.881,20

Início em **mar/2021**

Fim em **set/2024**

ATUALIZAÇÕES 1º SEMESTRE 2021

A pandemia da COVID-19 **afetou muito fortemente as famílias de baixa renda, que são os clientes mais relevantes da Vivenda**. Elas estão tendo que enfrentar uma perda de renda imensa, o que se reflete diretamente na inadimplência.

Por outro lado, a **demandas por reformas habitacionais em tempo de pandemia está aumentando** em todos os segmentos da sociedade, assim como na baixa renda.

O desafio agora da Vivenda é **equilibrar essa balança sutil entre o aumento da demanda e o aumento da inadimplência**, para trilhar um caminho rumo à superação da crise.

Estão **expandindo a operação para outras cidades através do novo modelo de negócio**, voltado a atuação com parceiros locais homologados para realização das obras.

Para qualificar e dar suporte a esses parceiros, criaram a **Vivenda Play**, uma **aceleradora de negócios dedicados aos universo das reformas para baixa renda**. A Vivenda Play é parte integrante do recém lançado Instituto Vivenda, e deverá contar com recursos filantrópicos para sua operação.

Realizaram uma **pequena rodada de investimento** entre dez/20 e jan/21, o que trouxe uma relativa **tranquilidade financeira neste semestre**.

DESTAQUES E AÇÕES DE IMPACTO

- **36 parceiros homologados** na plataforma;
- **49 obras/mês** (pico de vendas em maio);
- **288 obras vendidas** em 2021.

EXPECTATIVAS 2º SEMESTRE 2021

- Estão preocupados com a crise em especial na baixa renda **avaliando alternativas para viabilizar negociações** que mitiguem perdas financeiras;
- Seguem trabalhando com as mesmas projeções, mas já **explorando estratégias de funding para um cenário de deterioração adicional**;
- Como exemplo, estão **avançando com a venda de produtos B2B**, tais como serviços de tecnologia, dados, e consultoria, para indústrias interessadas em se aproximar do setor.

trê Investindo
com causa

20
21 RELATÓRIO
Semestral

www.treininvestimentos.com.br