

# @-LABORA

*Experiências em rede de um  
laboratório de inovação social*



Organização:

Alan Nascimento, Carla Uller, Carla Caroline Lopes, Flávia Vianna, Juliana Leonel

Dados internacionais de catalogação na publicação [CIP]  
L864e Lopes, C.; Vianna, F.; Leonel, J. [orgs.]

E-labora: experiências em rede de um laboratório de  
inovação social / Carla Caroline Lopes, Flávia Vianna, Juliana Leonel  
[orgs.] – Rio de Janeiro: Oi Futuro, 2019.

170p.; Publicação eletrônica.

ISBN: 978-65-5041-054-4

1. Empreendedorismo social. 2. Aceleração de negócios. I.

Título

CDD 334

CDU 334



Atribuição-SemDerivações-SemDerivados 4.0  
CC BY-NC-ND

# @-LABORA

*Experiências em rede de um  
laboratório de inovação social*



## **OI FUTURO**

### **PRESIDENTE**

Suzana Santos

### **DIRETORIA- EXECUTIVA**

Sara Crosman

### **GERENTE DE EDUCAÇÃO, INOVAÇÃO SOCIAL, ESPORTE E COMUNICAÇÃO**

Carla Marques Uller

### **EQUIPE DE INOVAÇÃO SOCIAL**

Flávia Vianna

Carla Caroline Lopes

Alan Nascimento

### **PARCEIROS TÉCNICOS**

Instituto Ekloos

Yunus Negócios Sociais

Startup Farm

### **ORGANIZAÇÃO E PRODUÇÃO EDITORIAL DA PUBLICAÇÃO**

Agência Leté

### **REDATORES E EDITORES DA PUBLICAÇÃO**

Cristiane Teixeira

Juliana Leonel

Juliana Sayuri

### **DESIGN GRÁFICO**

Amí Comunicação & Design

### **FOTOGRAFIA**

Cristina Lacerda

Luciola Villela

Simone Yadomi

### **REVISÃO ORTOGRÁFICA**

Caroline Fasano





# NOVAS FRONTEIRAS DA ATUAÇÃO SOCIAL

Nos últimos anos, começou a se firmar a noção de que negócios poderiam nascer com um propósito (além do lucro) de transformação social e que organizações sociais tradicionais deveriam cuidar mais de sua gestão e sua sustentabilidade financeira, buscando uma independência maior das fontes sazonais de doação.

Nesse movimento, em 2017, foi lançado o Labora, laboratório de inovação social do Oi Futuro, como um lugar de conexão, experimentação e aprendizagem para empreendedores e organizações de impacto social.

Para a Oi e o Oi Futuro, o Labora marcou a evolução do modelo tradicional de investimento social, por meio de editais de patrocínio de projetos socioambientais, para um laboratório que conecta e fortalece ONGs e startups sociais.

Sob a perspectiva da inovação social, o instituto manteve seu compromisso de 14 anos com organizações que são capazes de inovar e transformar a sociedade, mesmo sem geração de lucro; e expandiu sua atuação para o universo dos investimentos e negócios de impacto, que trazem novas ferramentas e soluções para o impacto social.

Esta publicação compartilha experiências e aprendizados que aconteceram na rede de colaboração formada por meio do Labora desde seu lançamento. Nesse mesmo intervalo, o número de negócios sociais registrou crescimento de 73% no Brasil – indicando que, a despeito de todos os desafios, existem [felizmente] muitas pessoas capazes de se lançar numa jornada movida a propósito. Pelo Labora, já passaram cerca de 200 empreendedores, representando 50 iniciativas aceleradas.

Por isso, elegemos como fio condutor desta edição o relato dos personagens à frente de organizações, negócios e aceleradoras que trilham, todos os dias, o caminho imprescindível da construção de uma sociedade mais inclusiva e diversa.

**Boa leitura!**

**Suzana Santos**

*Presidente do Oi Futuro e Diretora de Comunicação Corporativa da Oi*





SAMSUNG

ADRIANA  
BARBOZA

TEXTO AO VIVO NORMAL BOL

# SUMÁRIO

## PRAZER, LABORA

*Ações, espaços e números do programa*

> p. 10

## EXPERIMENTAÇÃO NA PRÁTICA

*Quatro ciclos de aceleração, três parceiros técnicos*

> p. 14

## PROTOTIPANDO UM LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO SOCIAL

> p. 17

*Aceleração 1: Labora + Yunus Negócios Sociais (2017)*

> p. 18

*Cases Malalai, Diaspora.Black, Spindow e Orbita*

> p. 23



**IMPULSIONANDO  
A ECONOMIA  
CRIATIVA DO RIO  
DE JANEIRO** > p. 53

**Aceleração 2:**  
*Labora + Instituto Ekloos (2017/2018)* > p. 56

*Cases CDD Acontece, Maré de Sabores, Lona na Lua, Estante Mágica e Cinema Nosso* > p. 61

**Aceleração 3:**  
*Labora + Instituto Ekloos (2018/2019)* > p. 98

*Cases beRap, Era Uma Vez o Mundo e Rainha Crespa* > p. 103

**PROVOCANDO O  
MERCADO PARA  
A GERAÇÃO DE  
IMPACTO SOCIAL** > p. 127

**Aceleração 4: Labora + Startup Farm (2018/2019)** > p. 128

*Cases Mawon e Workay* > p. 133

**COCRIANDO  
EXPERIÊNCIAS,  
COMPARTILHANDO  
HISTÓRIAS** > p. 151

**Atitude empreendedora** > p. 152

*De empreendedor para empreendedor* > p. 155

*Aprendizados* > p. 160



# PRAZER,

# LABORA

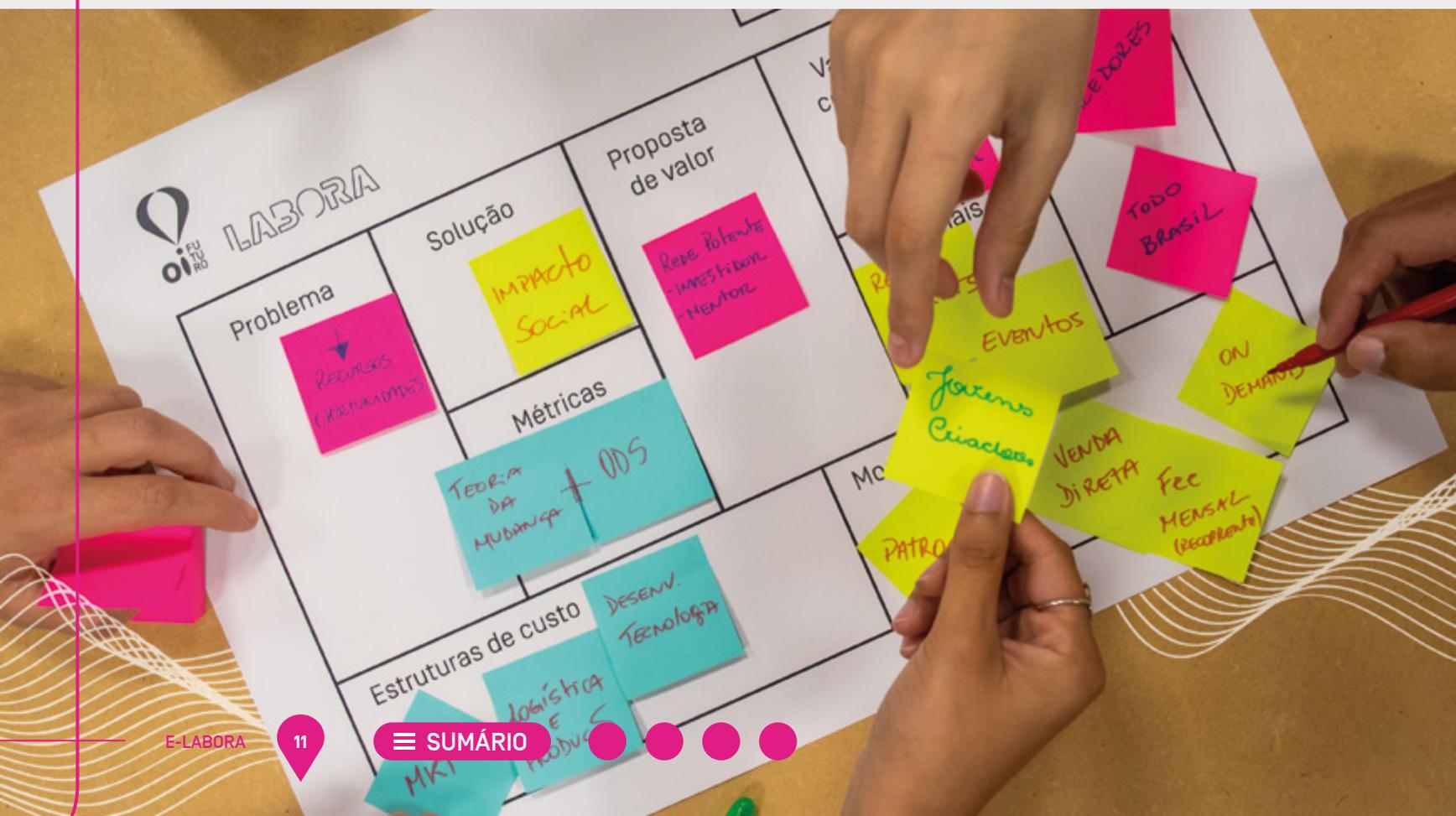
Valorizar a potência criativa dos empreendedores. Apoiar a transformação de ideias em projetos inovadores. Construir redes para impactar positivamente a vida das pessoas. Inspirar outros indivíduos para atuar no ecossistema de impacto social. Essas são as razões de existir do Labora, Laboratório de Inovação Social do Oi Futuro.

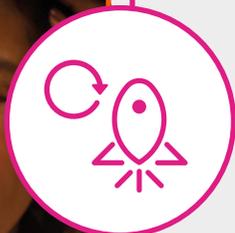


Com o propósito de fortalecer a Inovação Social no Brasil, o Labora traz como sua principal ferramenta a colaboração e, por isso, sempre está conectado com parceiros que também acreditam no potencial das pessoas que buscam soluções para transformar a sociedade.

Novas propostas de empreendimento social são impulsionadas dentro desse laboratório: seja nos ciclos de aceleração para negócios de impacto e organizações sociais cocriados com parceiros técnicos ou nos eventos formativos, inspiracionais e de networking oferecidos no Lab Oi Futuro.

No Labora, todos têm espaço e vez para trocar conhecimentos, criar, fazer e refazer quantas vezes forem necessárias até obter uma solução real, sustentável e que impacte cada vez mais pessoas.





## CICLOS DE ACELERAÇÃO

O Labora cocria ciclos de aceleração em parceria com instituições especialistas na área. Do *business ao social*, as metodologias são testadas para experimentar novos formatos de aceleração que atendam aos diferentes perfis de empreendedores e fases de maturação das iniciativas.

## APRENDIZAGEM EM REDES

Conectar empreendedores, fazedores e interessados no ecossistema de impacto gera aprendizagens singulares para inspirar novas soluções para os desafios sociais. Por isso, o Labora promove eventos formativos, inspiracionais e de networking, além de sistematizar e disseminar os conhecimentos produzidos pelos empreendedores e parceiros que se conectaram ao Labora.



## LAB OI FUTURO

Espaço voltado para a economia criativa e para os negócios de impacto social, idealizado para impulsionar criadores de diversas áreas e startups sociais de todo o Brasil, selecionados por editais públicos. Com mais de 500m<sup>2</sup>, o laboratório instalado no Rio de Janeiro abriga os programas Labora e LabSonica e oferece estrutura física e suporte técnico necessários para que seus participantes viabilizem seus projetos em um ambiente que estimula a produção colaborativa, a formação de redes e a inovação.



50

*organizações sociais e negócios de impacto social acelerados*

210

*empreendedores sociais impactados nos ciclos de aceleração*

1.582

*atividades de aceleração*

5.628

*horas de formação e mentorias*

+2.500

*pessoas impactadas em eventos e workshops*





## EXPERIMENTAÇÃO NA PRÁTICA

Com a proposta de fortalecer empreendedores sociais, o Labora realizou quatro ciclos de aceleração com diferentes parceiros, além de uma série de workshops e eventos. Ao lado da Yunus Negócios Sociais, desenvolveu um programa para negócios que utilizam a tecnologia para resolver os problemas nas cidades. Com o Instituto Ekloos, lançou dois ciclos de aceleração para impulsionar o ecossistema da Economia Criativa do estado do Rio de Janeiro. Na parceria com a Startup Farm, promoveu uma experiência híbrida entre propósito social e visão de mercado para alavancar negócios inovadores.

A lógica de laboratório, com experimentação na prática e ênfase na aprendizagem colaborativa, foi o elemento comum entre todos os ciclos. A cada edição, o Labora remixou as experiências do Oi Futuro no campo da inovação, da criatividade e do impacto social com as metodologias de cada parceiro técnico, criando juntos modelos originais de aceleração.



“Investigamos e testamos metodologias para encontrar o melhor formato de aceleração que atenda a diferentes perfis de empreendedores e fases de maturação das iniciativas. Acreditamos que fomentar a atuação das aceleradoras e a produção de conhecimento também impacta positivamente o ecossistema. Estamos atentos e embarcados na transformação do campo da Inovação Social no Brasil, buscando as melhores oportunidades para contribuir, de fato, com o seu fortalecimento e consolidação”, avalia Flávia Vianna, coordenadora de Inovação Social do Oi Futuro.



**Aceleração 1**

**Labora + Yunus Negócios Sociais**

2017



**Aceleração 2**

**Labora + Instituto Ekloos**

2017/2018



**Aceleração 3**

**Labora + Instituto Ekloos**

2018/2019



**Aceleração 4**

**Labora + Startup Farm**

2018/2019







ACELERAÇÃO 1



# PROTOTIPANDO UM LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO SOCIAL

LABORA + YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS

☰ SUMÁRIO



**A** primeira experimentação do Labora nasceu com o ciclo de aceleração realizado com a Yunus Negócios Sociais em 2017. A partir desse protótipo, a área de Inovação Social do Oi Futuro se aproximou dos negócios sociais brasileiros para apoiar o fortalecimento desse ecossistema. Durante a aceleração, cinco empreendedores sociais comprometidos em trazer soluções tecnológicas para os problemas das cidades tiveram a oportunidade de revisitar o modelo dos seus negócios; pensar em estratégias para inovar nas suas áreas de atuação e se aprofundar, pela primeira vez, no conceito de negócios sociais com especialistas da Yunus Brasil, uma organização referência na área. Para o Labora, os principais aprendizados foram:



Testar hipóteses sobre as necessidades e demandas dos empreendedores sociais.



Validar a proposta de valor do Labora para negócios sociais.



Entender os desafios e as exigências de um programa de aceleração construído a muitas mãos.



ORGANIZAÇÃO PARCEIRA

## YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS

É a unidade brasileira da Yunus Social Business Global Initiatives, organização global ligada ao economista bengalês Muhammad Yunus, vencedor do Prêmio Nobel da Paz de 2006 por sua iniciativa de microcrédito em Bangladesh. Desenvolve negócios sociais a partir de seu fundo de investimentos e sua aceleradora de negócios. Oferece serviços de consultoria para empresas, governos, fundações e ONGs. Também promove negócios sociais nas universidades e realiza palestras e workshops por todo o Brasil.



[www.yunusnegociossociais.com](http://www.yunusnegociossociais.com)



## 3 MESES, 92 HORAS: experimentando um laboratório junto com empreendedores sociais de cinco cidades brasileiras

Na fase inicial de modelagem de ideias ou definição do seu Mínimo Produto Viável (MVP), os participantes foram provocados a se autoavaliarem e a pensarem no impacto social que desejavam produzir com seus empreendimentos e como isso se traduzia no modelo aprimorado.

1

### Conceito de negócios sociais

Apresentação aprofundada do conceito de negócio social, novas economias e ODS.

2

### Metodologias ágeis para impacto social

Metodologias como *Design Thinking* e *Lean Startup* foram apresentadas para os empreendedores repensarem seus negócios e sua sustentabilidade, além de reconstruírem seu MVP.

3

### Workshops inspiracionais

Workshops sobre futurismo, novas tecnologias e branding para inspirar os empreendedores a inovar e se posicionar a partir das tendências do mercado.

4

### Criação de plano de negócio

Mentorias para criação e ajustes nos planos de negócios, com acompanhamento de especialistas da Yunus Brasil e equipe Oi Futuro.

5

### Demo Day

Pitching para apresentação da evolução dos negócios para uma banca avaliadora.





## DIASPORA.BLACK

Plataforma que conecta anfitriões e viajantes que desejam hospedagem com respeito às diferenças e vivenciando experiências sobre a cultura negra.

## ORBITA

Promove soluções sustentáveis e economia para empresas e residências a partir da geração e do compartilhamento de energia solar fotovoltaica.

## SPINDOW

Plataforma de ensino e aprendizagem multissensorial de línguas para tutores e estudantes, indicada pela Associação Brasileira de Dislexia.

## MALALAI

Tecnologia para segurança pessoal, por meio de um aplicativo e de um acessório exclusivo para pedir ajuda quando necessário.

## RECICLETOOL

Startup que oferece um equipamento automatizado que identifica resíduos recicláveis e clientes depositantes, utilizando tecnologia para gerar informações a partir da logística reversa de embalagens no pós-consumo.

Saiba mais sobre empreendedores acelerados:



<https://oifuturo.org.br/programas/labora/>



NÓS OLHAMOS MUITO PARA AS PARTICULARIDADES DE CADA EMPREENDEDOR, POIS O PROCESSO DE AUTODESENVOLVIMENTO DE CADA INTEGRANTE DE UMA EQUIPE IMPACTA PROFUNDAMENTE NO DESENVOLVIMENTO DO SEU NEGÓCIO.

Glaziela Cavallaro,  
da Yunus Negócios Sociais

# PRISCILA GAMA



## PRISCILA GAMA...

vivia a poucos passos da avenida do Contorno, uma movimentada via de Belo Horizonte. Um dia, acordou ouvindo gritos de socorro de uma mulher que estava sendo perseguida por um homem na rua. Era 2015 e a ONG Think Olga tinha lançado a campanha #MeuPrimeiroAssédio, que reuniu milhares de depoimentos de violência sexual relacionados à mobilidade urbana. Um dos depoimentos ficou em sua memória: o estupro de uma mulher dentro de um táxi no Rio de Janeiro.

O desfecho desse relato poderia ser diferente, pensou Priscila, se a vítima pudesse alertar alguém sobre a mudança de rota do taxista. “A partir dessa inquietação, surgiu a ideia de usar a tecnologia para ajudar as mulheres a se deslocar com maior segurança nas cidades”, relata. A concretização da ideia da arquiteta mineira é o aplicativo Malalai,

**ALAVANCAR O  
POTENCIAL DOS  
NEGÓCIOS DE IMPACTO  
SOCIAL NÃO É SÓ UMA  
QUESTÃO DE TALENTO,  
MAS DE OPORTUNIDADE.**

Priscila Gama,  
empreendedora da Malalai



que aponta os melhores trajetos; permite compartilhar rotas e solicitar ajuda de emergência. A ferramenta foi pensada para fornecer informações como iluminação das vias, movimentação, presença de posto policial ou segurança particular e até ocorrências anteriores de assédio nas ruas.

Malalai faz referência à guerreira afegã Malalai Maiwand, que também inspirou o primeiro nome da ativista paquistanesa Malala Yousafzai, Prêmio Nobel da Paz de 2014. Priscila fundou a Malalai em 2016 e, nos anos seguintes, desenvolveu um anel que funciona como um botão do pânico para ser acionado, por Bluetooth, se as mulheres pressentirem situações de perigo. “Evitar que elas sejam violentadas nas ruas é o meu objetivo”, define Priscila, que participou da aceleração do Labora com a Yunus Negócios Sociais em 2017.

Durante a aceleração, ela repensou o seu modelo de negócio, aprimorou o aplicativo para Android, desenvolveu uma versão para iOS e decidiu redefinir a proposta do anel wearable. “Era para ser só um aplicativo, mas entramos no furacão dos negócios”, diz a empreendedora.

“Ultimamente, tenho me questionado sobre como podemos transformar a vida das pessoas – e sobre onde a oportunidade está para quem quer alavancar o potencial dos negócios de impacto social. Não é só uma questão de talento, mas de oportunidade”.



Aplicativo que analisa  
riscos no deslocamento  
de mulheres pelas  
cidades de todo o Brasil.

Informações são fornecidas  
de forma colaborativa pelas  
próprias usuárias.



# MALALAI

O aplicativo está na versão beta e  
já teve mais de 30 mil downloads.



Um acessório feminino  
[anel] wearable está em  
fase de testes, disponível  
apenas sob encomenda.



# CARLOS HUMBERTO SILVA



## CARLOS HUMBERTO SILVA...

entende a inquietação de empreender e, ao mesmo tempo, transformar a realidade ao redor. Tudo começou quando o geógrafo fluminense decidiu disponibilizar um quarto de sua casa em um site de hospedagem. O que o anfitrião não esperava, entretanto, era ser vítima de racismo. Depois, uma jornada pela América do Sul o levou à idealização de um projeto audiovisual para jovens latino-americanos negros.

“Toda essa história – a viagem, a vivência do racismo, a perspectiva de participar de ações em outras áreas – despertou o desejo e potencializou essas inquietações”, lembra. Assim, em 2016, surgiu a Diaspora.Black, impulsionada por R\$ 17 mil obtidos por meio de uma campanha de financiamento coletivo. Acompanhado dos sócios, o designer André Ribeiro e o jornalista Antônio Luiz, Carlos criou a plataforma, que oferece hospedagens no Brasil e no exterior e vivências turísticas centradas na cultura negra.

Mais da metade [54%] da população brasileira se declara negra, o que corresponde a 112 milhões de habitantes, segundo dados atuais do



Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE]. Ao notar como a cultura negra quase não tem voz nos livros de história e nos roteiros de viagem pelo país, o empreendedor investiu no “turismo de propósito” – ou seja, não basta viajar, é preciso participar, ter um objetivo, descobrir a cultura do destino, cultivar experiências de desenvolvimento humano nessa nova diáspora.

## É UM EMPREENDIMENTO DE PROPÓSITO E RELEVÂNCIA SOCIAL, QUE POTENCIALIZA A RENDA DA POPULAÇÃO NEGRA.

Carlos Humberto Silva,  
empreendedor da Diaspora.Black

A Organização das Nações Unidas (ONU) declarou o período entre 2015 e 2024 como a Década Internacional de Afrodescendentes. Na prática, isso significa um estímulo a iniciativas que contribuem para dar visibilidade à cultura negra e promovem a conscientização mundial quanto ao combate à intolerância, ao racismo e à xenofobia. A Diaspora.Black é uma dessas iniciativas.

“Sim, nós somos um negócio de impacto social. É um empreendimento de propósito e relevância social, que potencializa a renda da população negra”, define Carlos.



# DIASPORA.BLACK

Oferece locação de hospedagens em hotéis, pousadas, resorts e acomodações compartilhadas, garantindo como diferencial o respeito às diferenças.



Plataforma global de turismo de propósito.



Vende serviços de turismo, com experiências relacionadas às tradições culturais das comunidades, principalmente a cultura negra.



# RODRIGO GUIMARÃES



## RODRIGO GUIMARÃES...

identificou uma lacuna no mercado educacional: métodos inovadores de ensino e aprendizado da língua inglesa como ferramenta de inclusão social. Prestes a concluir o curso de administração em 2009, ele empreendeu na área pela primeira vez. Na época, Rodrigo se inspirou na estratégia do oceano azul, um conceito criado pela economista americana Renée Mauborgne e pelo acadêmico coreano W. Chan Kim. Na metáfora marítima, o mar azul simboliza um nicho ainda não explorado, enquanto o vermelho indica um já saturado. Assim, no interior de São Paulo, Rodrigo vislumbrou seu primeiro oceano azul ao criar um curso de idiomas com abordagens diferentes e voltadas principalmente para alunos com dificuldade de aprendizagem.

Instigado por assuntos tão diversos quanto aikidô, ayurveda, bioconstrução, cosmologia maia e programação neurolinguística, o administrador paulista passou anos alimentando o sonho de elaborar um material didático mais lúdico, no formato de um jogo de tabuleiro. Três referências principais o pautaram: o pensamento sistêmico, o minimalismo e o ensino multissensorial, que envolve estímulos visuais, sonoros e sinestésicos. “Não, isso é muito fora da realidade. Por que vou investir nisso? Que retorno vou ter? Imagina, é muita loucura. Nunca ninguém fez isso, né? Você está inventando muita ideia...”, Rodrigo dizia a si mesmo. No fim de 2013, ele se mudou para São Paulo, criou coragem, contratou uma agência de design e decidiu tirar a ideia do papel. Um ano depois, lançou o projeto piloto do tabuleiro Spindow no Facebook.

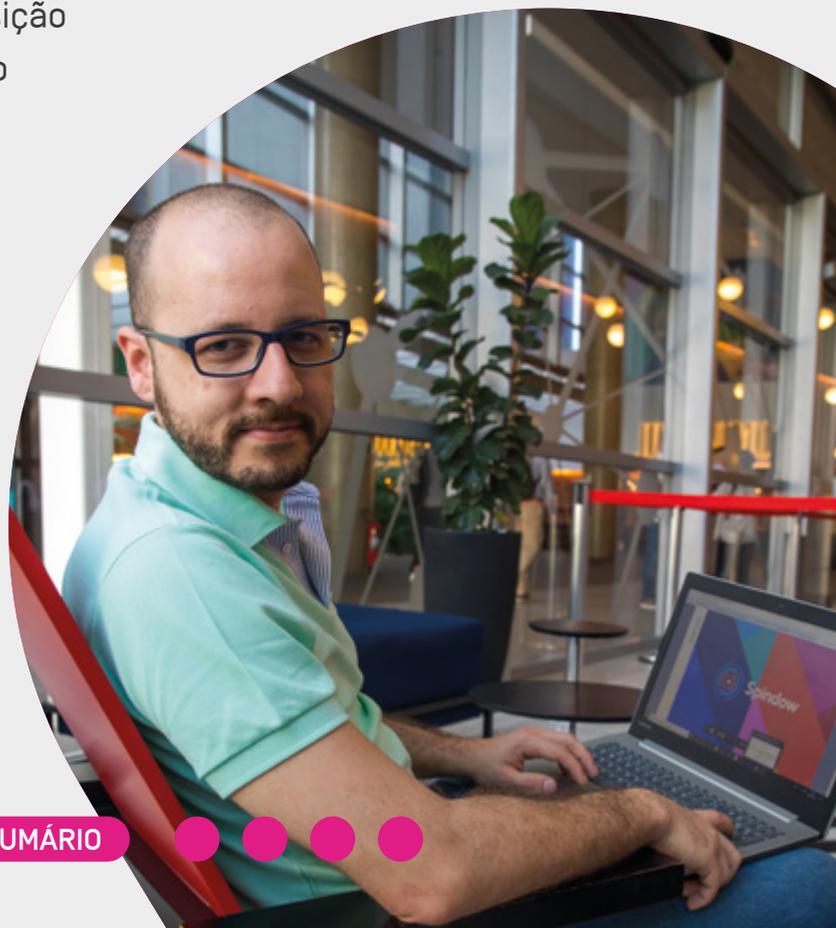


**ISSO É MUITO FORA DA REALIDADE. POR QUE VOU INVESTIR NISSO? QUE RETORNO VOU TER? IMAGINA, É MUITA LOUCURA. NUNCA NINGUÉM FEZ ISSO, NÉ? VOCÊ ESTÁ INVENTANDO IDEIA...**

Rodrigo Guimarães,  
empreendedor do Spindow

Das mídias sociais vieram dois anjos apoiadores: a Associação Brasileira de Dislexia e uma romena, que adquiriu o primeiro protótipo do jogo para a filha disléxica. Conforme a menina avançava no uso do material, a mãe relatava a Rodrigo os resultados percebidos. “Um belo dia, ela me perguntou: ‘Você precisa de dinheiro para o projeto?’”, conta ele. Tempos depois, quando o empreendedor decidiu alavancar o Spindow em uma plataforma online, já tinha sua investidora inicial.

Vieram depois parcerias com ONGs dedicadas à infância e à juventude em situação de vulnerabilidade social. Pouco a pouco, o administrador passou a enxergar o potencial de empoderamento, aprendizado e autoestima que o método colocava à disposição dos jovens, muitos deles patinando no abismo de déficit educacional no Brasil. Mas a experiência da aceleração com o Labora em 2017 o fez enxergar, igualmente, que o Spindow precisava evoluir para uma marca e deixar de ser apenas um produto. Resultado: no ano seguinte, o empreendedor remodelou seu negócio e começou a oferecer um programa de treinamento e supervisão para tutores que utilizam o método com os próprios alunos.



# SPINDOW



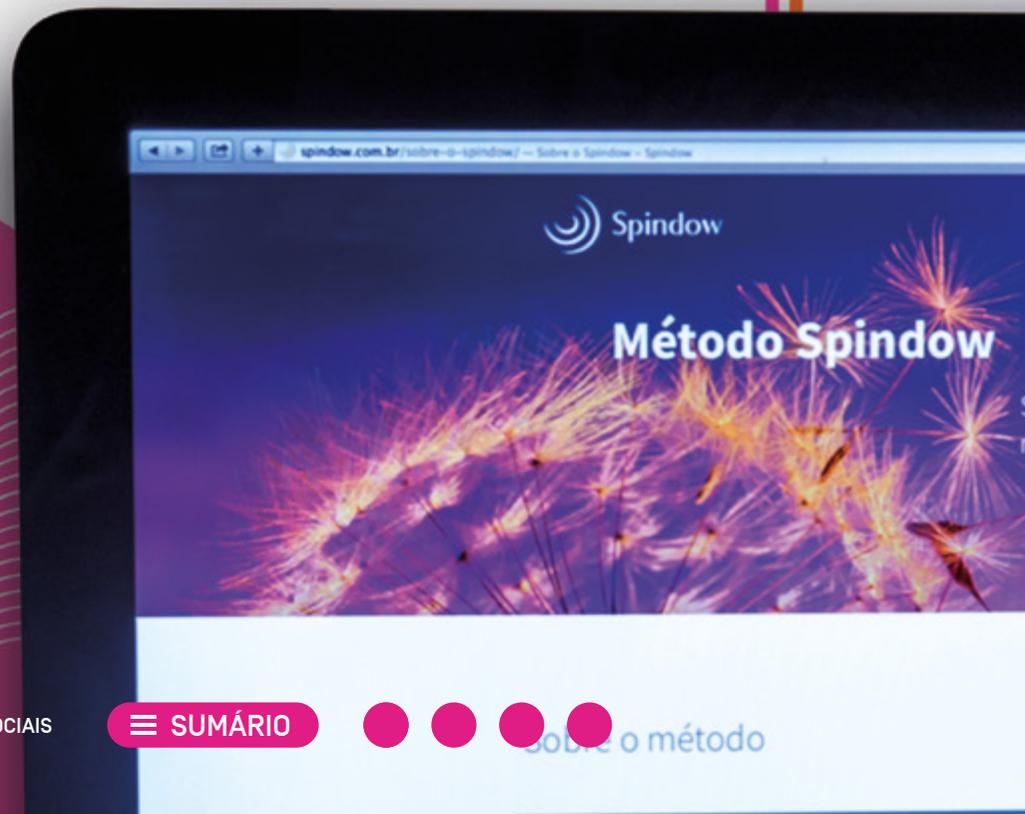
Plataforma para ensino multissensorial de línguas estrangeiras.



O método Spindow é voltado para quem tem dificuldades de aprendizagem.



Presta serviço de formação tanto para professores de línguas, quanto para os estudantes.



# FERNANDO E DÉBORA



## FERNANDO SENNA...

também encontrou um propósito ao observar a realidade do país. Antes, porém, precisou de perspectiva, um olhar a distância. Foi quando o engenheiro químico, que trabalhava em uma empresa petroquímica, ganhou uma bolsa de mestrado em energia para estudar no Instituto de Tecnologia de Illinois, nos Estados Unidos. A experiência foi uma “virada de chave”, segundo sua expressão. Na época, ele passou a questionar qual legado deixaria para o mundo e sabia que a resposta só seria encontrada no tripé do desenvolvimento sustentável – econômico, social e ambiental.

**A INTENÇÃO É REDEFINIR A MANEIRA COMO NOS RELACIONAMOS COM A ENERGIA, USANDO TECNOLOGIA PARA OFERECER UMA ALTERNATIVA MAIS ECONÔMICA, LIMPA E SIMPLES.**

Fernando Senna,  
empreendedor da Orbita,  
sobre o propósito de seu negócio

De volta ao Rio de Janeiro, em 2016 Fernando rascunhou um projeto de energia para um concurso promovido pelo Greenpeace, o Desafio Solar para Negócios Sociais. Saiu da experiência como finalista, o que o impulsionou para o empreendedorismo: “Há uma oportunidade de negócio aí”, pensou. Foi quando a diretora de marketing Débora Spada chegou para somar esforços. Com formação em Design de Moda, ela também vinha de uma experiência de intercâmbio nos Estados Unidos, onde se envolveu com o movimento de moda sustentável. Ao voltar ao país, contudo, também fez a sua “virada de chave”: desistiu do mercado de moda

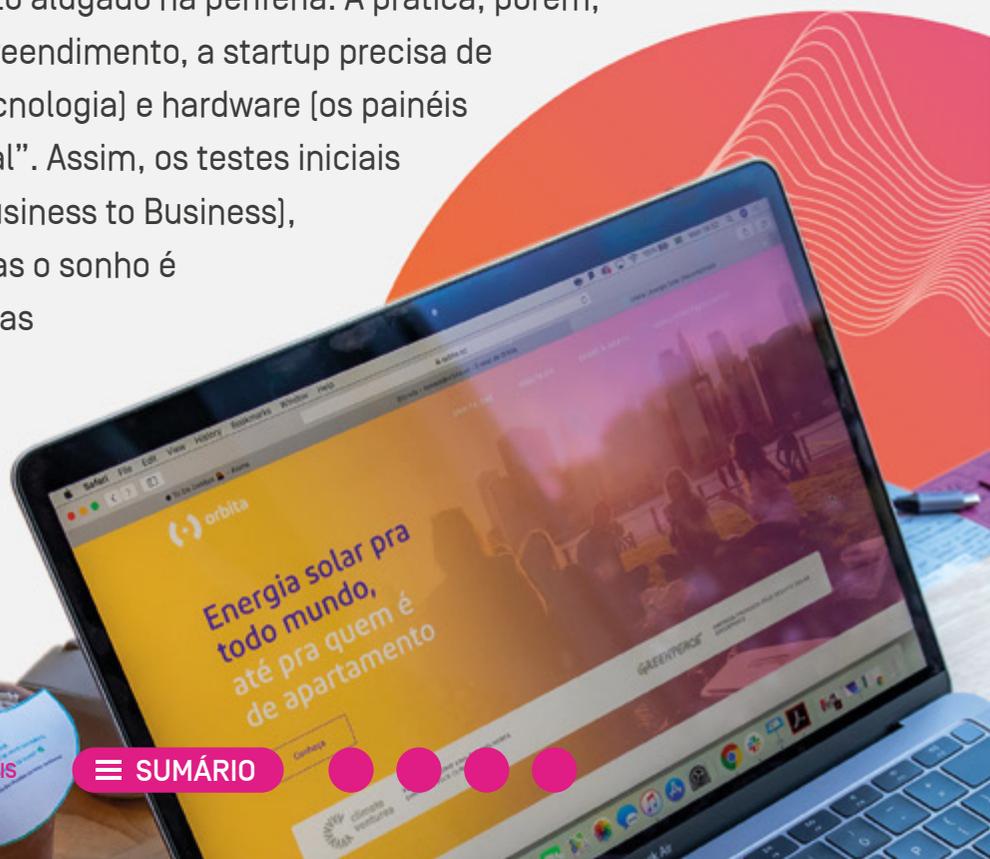
e abraçou de corpo e alma o novo desafio. Juntos, fundaram a 818 Energia Solar, que depois se consolidaria como Orbita ao final da jornada de aceleração do Labora. “Antes nada fazia meus olhos brilharem. Eu tinha muito para estudar, e ainda tenho, mas meti a cara e fui. Deu certo, foi de fato um match. Nós temos perfis complementares, eu estou sempre trazendo o meu lado mais emocional e holístico para o negócio, e o Fernando é mais racional. Acabamos achando o nosso ponto de equilíbrio”, diz Débora.



Inspirados na estratégia one for one, do empresário americano Blake Mycoskie, da marca californiana Toms Shoes, Fernando e Débora criaram, a princípio, um modelo de negócio em que a cada dez painéis solares vendidos, um seria destinado gratuitamente a uma associação comunitária, que receberia treinamento e instalação. “Não havia uma inovação tecnológica, mas o rearranjo de um modelo de negócio com caráter social”, esclarece Fernando.

Foi com essa proposta que a dupla chegou ao Labora, mas saiu da aceleração com um novo modelo de negócio: uma plataforma de compartilhamento de energia. A proposta é instalar painéis solares em espaços ociosos como telhados e estacionamentos da cidade, e a energia gerada é convertida em créditos. Isto é, o consumidor residencial ou comercial que optar por se tornar cliente da startup poderá ter direito a usar esses créditos junto à empresa distribuidora de energia, a mesma que já o atendia. Além de o morador – de casa ou apartamento, próprio ou alugado – e outros clientes em geral contribuírem para o aumento da produção de uma energia limpa e sustentável, eles ainda veem sua conta cair cerca de 10% em relação à média do ano anterior, sem que nenhum investimento seja necessário.

A teoria é simples: disponibilizar acesso à energia solar para todos, de uma empresa no centro da cidade a um apartamento alugado na periferia. A prática, porém, é complexa: para viabilizar esse empreendimento, a startup precisa de altos investimentos de software [a tecnologia] e hardware [os painéis solares] para garantir a “pegada social”. Assim, os testes iniciais estão sendo feitos no modelo B2B [Business to Business], ou seja, entre a Orbita e empresas. Mas o sonho é conseguir chegar até as pessoas físicas no futuro. Segundo Fernando, a aceleração do programa Labora foi uma segunda “virada de chave” do projeto, que mostrou a diferença entre utopia e realidade.



Elabora projetos customizados de energia solar para empresas ou residências.

A empresa mantém uma plataforma de compartilhamento de energia solar.



# ORBITA

O usuário da plataforma de compartilhamento pode acessar a energia limpa sem necessidade de comprar painéis solares ou sequer ter espaço para a sua instalação.





## DEU O QUE PENSAR...

# NEGÓCIO SOCIAL OU NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL?

Negócios sociais ou negócios de impacto social? Muitas vezes, os termos são usados como sinônimos. Entretanto, por trás deles, existem dois conceitos que se distinguem, principalmente, a respeito da utilização do lucro.

O conceito de negócio social, criado pelo economista Muhammad Yunus, defende que o propósito desse tipo de negócio é solucionar um problema social, garantindo a autossustentabilidade sem distribuir dividendos. Os investidores desse empreendimento podem apenas recuperar o capital investido. O lucro excedente deve ser reaplicado na própria organização.

Já o negócio de impacto social surgiu após discussões levantadas por Stuart Hart e Michael Chu, estudiosos da Universidade de Harvard, que acreditavam que a distribuição de dividendos não só pode como deve existir para incentivar os negócios. Com o surgimento dessa nova corrente, os negócios puderam optar por distribuir o lucro obtido, sem abdicar do impacto social gerado.

No caso dos empreendedores sociais acelerados pelo primeiro ciclo do Labora, apesar de saberem





quais problemas da sociedade queriam resolver, nenhum dos cinco times estava atento à questão da distribuição de lucro e não se sentiam seguros para, ainda na largada, definirem com qual conceito se alinhariam.

O levantamento dessa reflexão foi importante para os rumos do Labora. “Entendemos que nós mesmos precisávamos nos posicionar para nossas ações futuras”, conta Flávia Vianna, coordenadora de Inovação Social do Oi Futuro. “Adotamos o conceito mais abrangente de negócios de impacto social, pois, na nossa visão, o que é prioritário é a sustentabilidade financeira e o impacto social que o negócio gera, independentemente da distribuição ou não de dividendos”.

**ENTENDEMOS  
QUE NÓS MESMOS  
PRECISÁVAMOS  
NOS POSICIONAR  
PARA NOSSAS AÇÕES  
FUTURAS.**

Flávia Vianna, coordenadora  
de Inovação Social do Oi Futuro

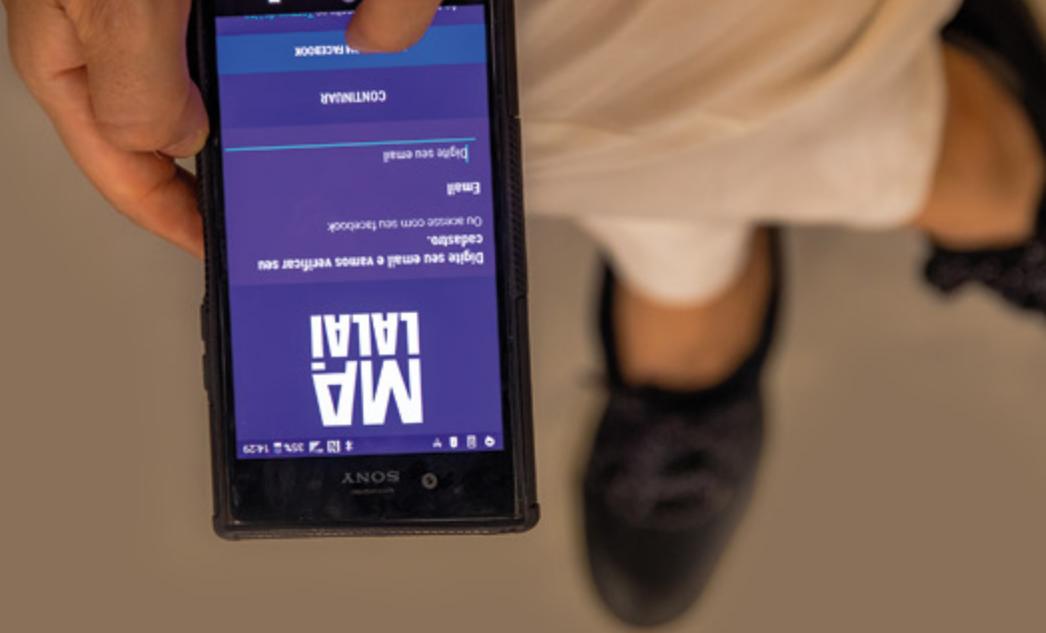


**MALALAI****PRISCILA GAMA**

## VI O PROPÓSITO DO QUE ESTÁVAMOS FAZENDO

Nós éramos iniciantes nesse universo de startups. Na verdade, só queríamos fazer o negócio acontecer. Em outros programas que participamos, ouvimos que precisávamos vender e que enquanto não vendêssemos, não fazia sentido o que estávamos construindo. O Labora quebrou essa visão. Foi uma transformação pessoal, que me permitiu ver propósito no que estávamos fazendo, para além de qualquer número ou resultado financeiro: o objetivo maior é evitar que mulheres sejam violentadas nas ruas. Na época, tínhamos lançado uma versão teste do aplicativo Malalai, que saltou de 300 para 25 mil downloads em um mês. Esse salto nos permitiu mapear tendências de comportamento das usuárias e entender como elas estão usando o aplicativo. Como não tínhamos tudo automatizado, estamos analisando os dados 'no braço', baixando planilhas e entendendo. Decidimos continuar com o produto, mas mudar o foco do modelo de negócios. Agora, estamos voltados





para o big data, isto é, precisamos de volume de informações para aprimorar a ferramenta e, portanto, precisamos que o maior número de pessoas possível faça o download do aplicativo. E elas não vão fazer se for cobrado agora. Essa ficha caiu pesadamente: temos um produto que não vamos conseguir vender tão cedo. Estamos estudando alternativas. Durante a aceleração, fizemos uma coisa que não fazíamos há muito tempo e que nos permitiu identificar erros: conversar com quem usa o aplicativo. Ouvir o outro é algo que muito empreendedor evita, pelo receio de descobrir que está fazendo tudo errado e precisar recomeçar. Agora vamos fazer isso outra vez porque percebemos que foi importante.



**DIASPORA.BLACK****CARLOS HUMBERTO SILVA**

## SAÍMOS COM UM MODELO DE NEGÓCIO MUITO MAIOR

Antes do Labora, trabalhamos na validação da ideia da Diaspora.Black a partir de duas frentes. Na primeira, elaboramos um protótipo de página, uma fase beta para identificar a aderência das pessoas à nossa proposta de valor – era apenas um cadastro, não tinha operação comercial. Na segunda frente, lançamos uma campanha de crowdfunding com uma meta de R\$ 15 mil e arrecadamos R\$ 17 mil. Fomos a primeira iniciativa negra a conquistar uma campanha mais ousada, embora esse valor fosse muito baixo para colocar nosso negócio na rua. Ao mesmo tempo, começamos a desenvolver o site que está rodando até hoje. Somos empreendedores da comunidade negra e vimos o desafio de transformar a atuação de business em um diálogo compreensível em outros contextos e por outras iniciativas. Muitas pessoas nos confundiam com uma ONG ou com algo voltado apenas para a militância, enquanto estávamos tentando falar de negócios.



O conhecimento de ferramentas e tecnologias para desenvolver o negócio, os conceitos, as nomenclaturas e os códigos do business startup – esse era um universo desconhecido e, até então, muito distante.

Nós, enfim, chegamos ao Labora: o que não esperávamos, porque nem estávamos operando. Tínhamos uma expectativa enorme para entender o que era o negócio que estávamos levando ao mercado. Inicialmente, nossa ideia era a de uma plataforma de acomodação compartilhada. O Labora foi determinante para a modelagem do nosso negócio, que passou a contemplar um marketplace de turismo vendendo hospedagens, experiências e acomodações. Ou seja, entramos na aceleração com uma ideia pequena e sem muita ousadia e saímos com um modelo de negócio muito maior. Recebemos investimento de um dos maiores fundos de negócios de impacto no Brasil. É uma meta a ser bastante comemorada porque, além de termos passado por acelerações com instituições importantes, como o Oi Futuro e o Facebook, agora captamos com a Vox Capital, o que traz um selo importante para nossa trajetória.



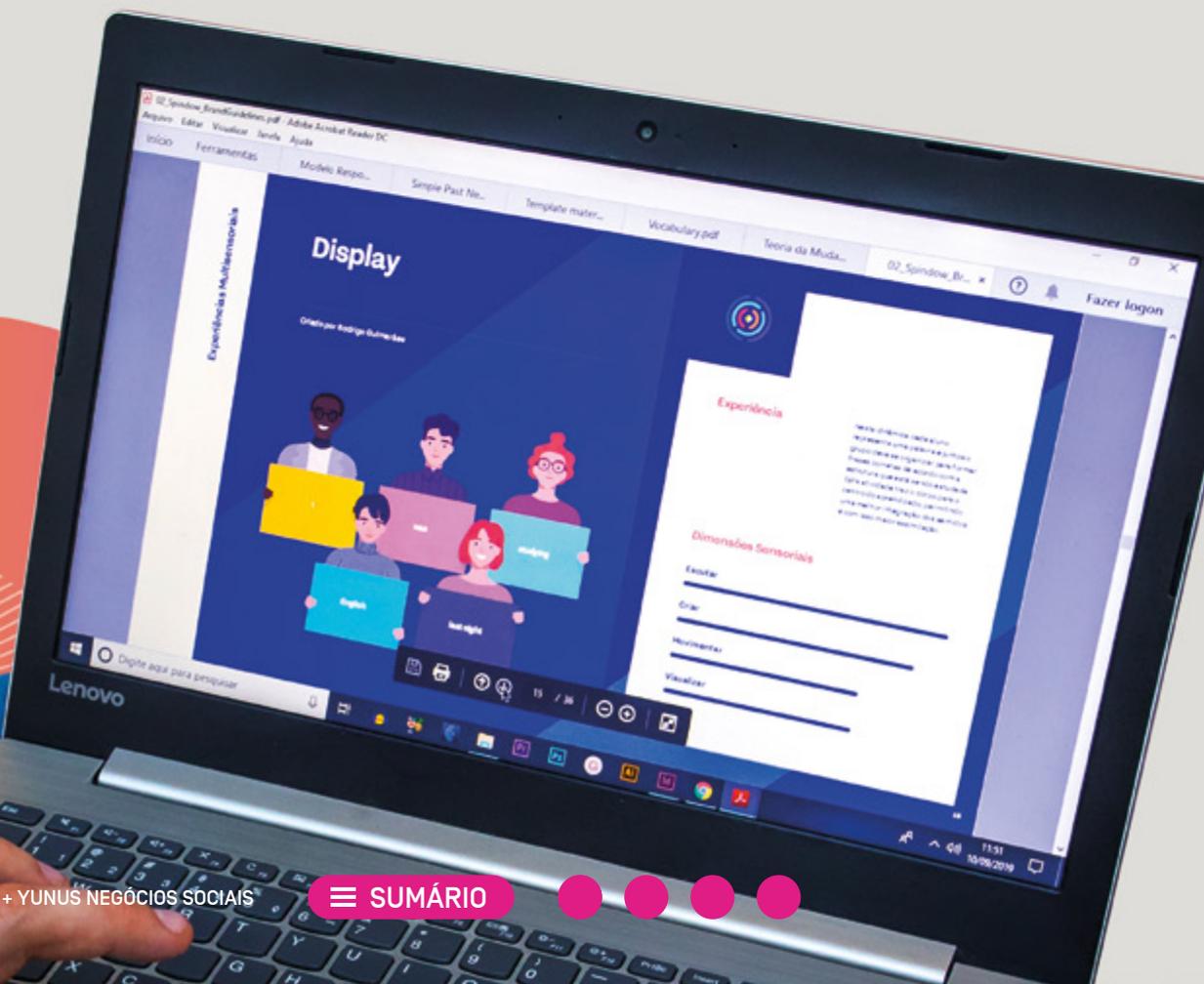
**SPINDOW****RODRIGO GUIMARÃES**

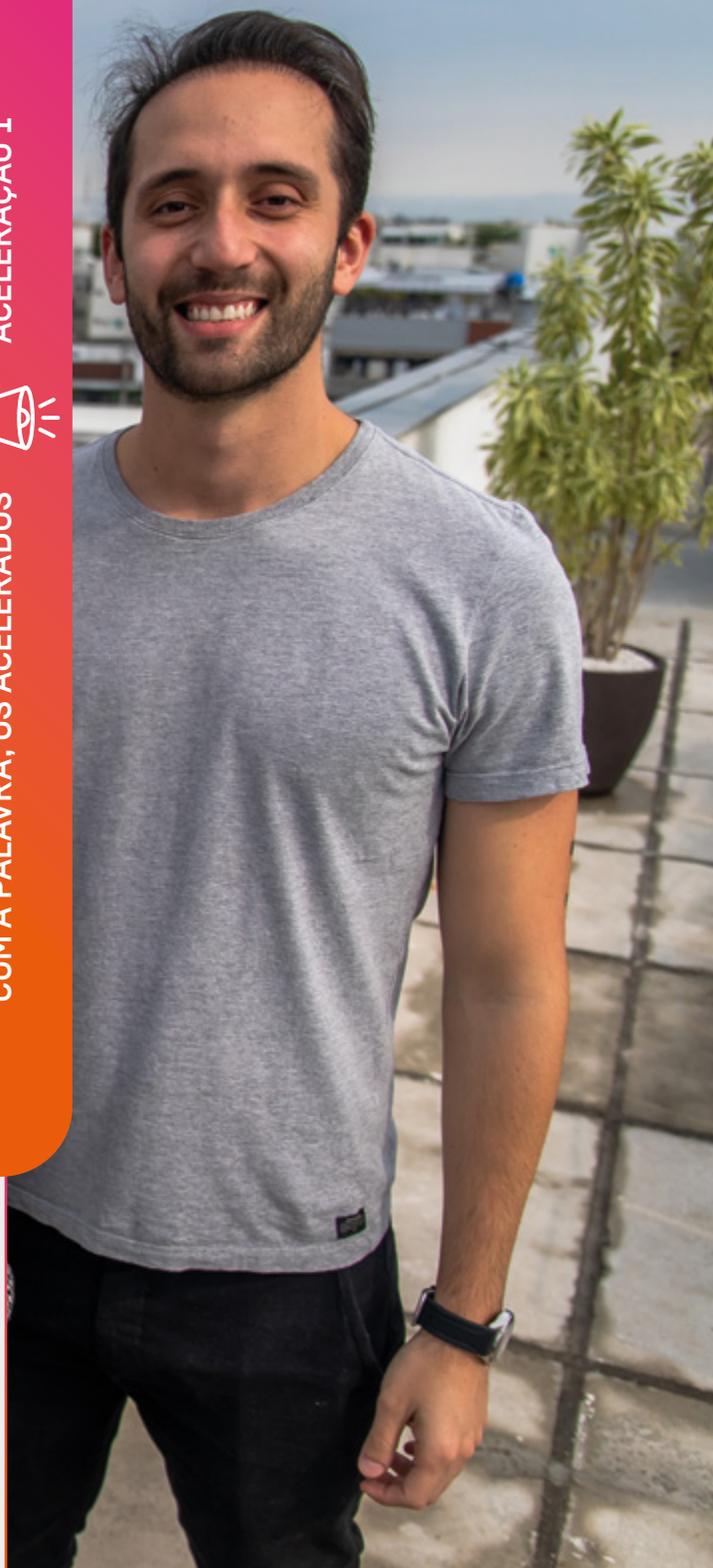
## DO JEITO QUE ESTAVA O NEGÓCIO NÃO PARARIA EM PÉ

Eu entendia o Spindow como um produto que eu fiz, quero vender, vão comprar e está tudo certo. Mas isso foi só até o Labora... As atividades da aceleração que mais tiveram impacto para mim foram as bem práticas, como a de construir um modelo de negócio. E sempre tinha alguém ajudando a pensar: 'Mas e isso aqui?', 'Então por que...' Acho que foi nesse momento que eu entendi que, do jeito que estava, o negócio não parava de pé. Foi aí que caiu a ficha de que o Spindow é uma marca e de que aquela ferramenta, aquele tabuleiro, compõe essa marca e não faz milagre sozinho. Aí surgiu o maior desafio para desenvolver o modelo de negócio. Nós estávamos trabalhando num modelo B2C, quer dizer, direto para o consumidor. Muitos professores e outros profissionais de educação nos buscavam para comprar o material didático – nós vendíamos, eles compravam e a relação terminava aí. Descobrimos que precisávamos oferecer algo a mais para



esse pessoal, para formar uma rede. Mas aí a aceleração acabou e nós não sabíamos muito bem como fazer essa transição. ‘Vamos experimentar’, pensei. Assim criei o Spindow Tutors, que é um serviço para profissionais de educação, como professores de inglês, psicopedagogos, fonoaudiólogos, neurocientistas. É um serviço com pagamento recorrente, uma relação de 12 meses em que a pessoa recebe o material, mas também treinamento e supervisão. Em 2018, prototipamos e validamos a ideia. Hoje, temos 11 tutores. Estamos dando um salto para outros materiais multissensoriais do método Spindow, com a nossa marca. Validamos protótipos e agora precisamos realmente desenvolver o produto e depois ir para a escala. Estamos trabalhando na linguagem gráfica para tornar nosso site um ponto de encontro: alunos encontram tutores e tutores são encontrados pelos alunos. Essa é a nossa passagem do B2C para o B2B. Agora entendo como público-alvo os tutores, pois eles também promovem impacto.



**ORBITA****FERNANDO SENNA**

## E AGORA? COMEÇAR DE NOVO

Nós tomamos um tapa na cara. Durante um workshop de branding, na aceleração do Labora, a equipe levantou uma discussão profunda sobre quem nós somos como empreendedores, quem somos como marca e que legado queremos deixar. Foi nesse momento a virada: vimos que nosso primeiro modelo de negócio não seria viável, pois o produto era caro, então não era inclusivo, e a pegada social seria só um negocinho legal. Voltamos para casa e por dias ficamos pensando sobre quem somos e o que queremos. ‘E agora?’”, confessa Fernando. Eles decidiram recomeçar e desenvolver um novo modelo de negócio do zero. Desengavetaram uma ideia antiga, que tinha como solução central o aluguel de telhados para a instalação de placas solares, aproveitando e adaptando espaços ociosos para produzir e oferecer energia barata, limpa e local. Mergulharam nessa ideia, conferiram os aspectos financeiros e jurídicos e, no fim, apresentaram o negócio no Demo Day, o último dia da aceleração do Labora, em 2017.



Quando saíram do programa, começaram a estruturar esse novo modelo e fizeram uma mudança de marca: em 2018, a 818 Energia Solar se tornou Orbita. Enveloparam e enxergaram o propósito da Orbita agora muito mais forte e claro: redefiniram a maneira como se relacionavam com a energia utilizando a tecnologia. O setor de energia é muito complexo e regulamentado, e eles viveram uma novela para resolver as questões jurídicas e para encontrar um investidor que topasse disponibilizar a quantia de recursos necessários. “O importante é que seguimos tentando. Eu tinha vários preconceitos que foram quebrados com o Labora, lá conheci outras empreendedoras mulheres e percebi que poderia ter mais confiança em mim. Os homens predominam no mercado de energia, mas vi que eu poderia ser também a cara da empresa. Olhando para trás, percebo como evoluímos desde a aceleração”, diz Débora. “Nós brincamos que nosso big hairy audacious goal [declaração estratégica de objetivos de negócios] é ser a empresa de energia mais influente e amada do Brasil. Não queremos ser a maior, mas a mais influente”, complementa Fernando.





PRECISAMOS FALAR SOBRE...

# DIVERSIDADE

*A diversidade de perfis de empreendedores que participam do Labora estimula o surgimento de acelerações mais inclusivas e plurais*

Qual é o rosto do negócio de impacto social hoje no Brasil? Para Priscila Gama, da Malalai, apesar de muitos esforços do setor ainda é uma face preponderantemente branca, heterossexual e rica (em outras palavras, com alto poder aquisitivo).

No mundo dos negócios, diz a empreendedora, o cenário é mais favorável a representantes de determinada classe social, para verem e serem vistos, serem empoderados e acessarem oportunidades. “As iniciativas que nascem em outros

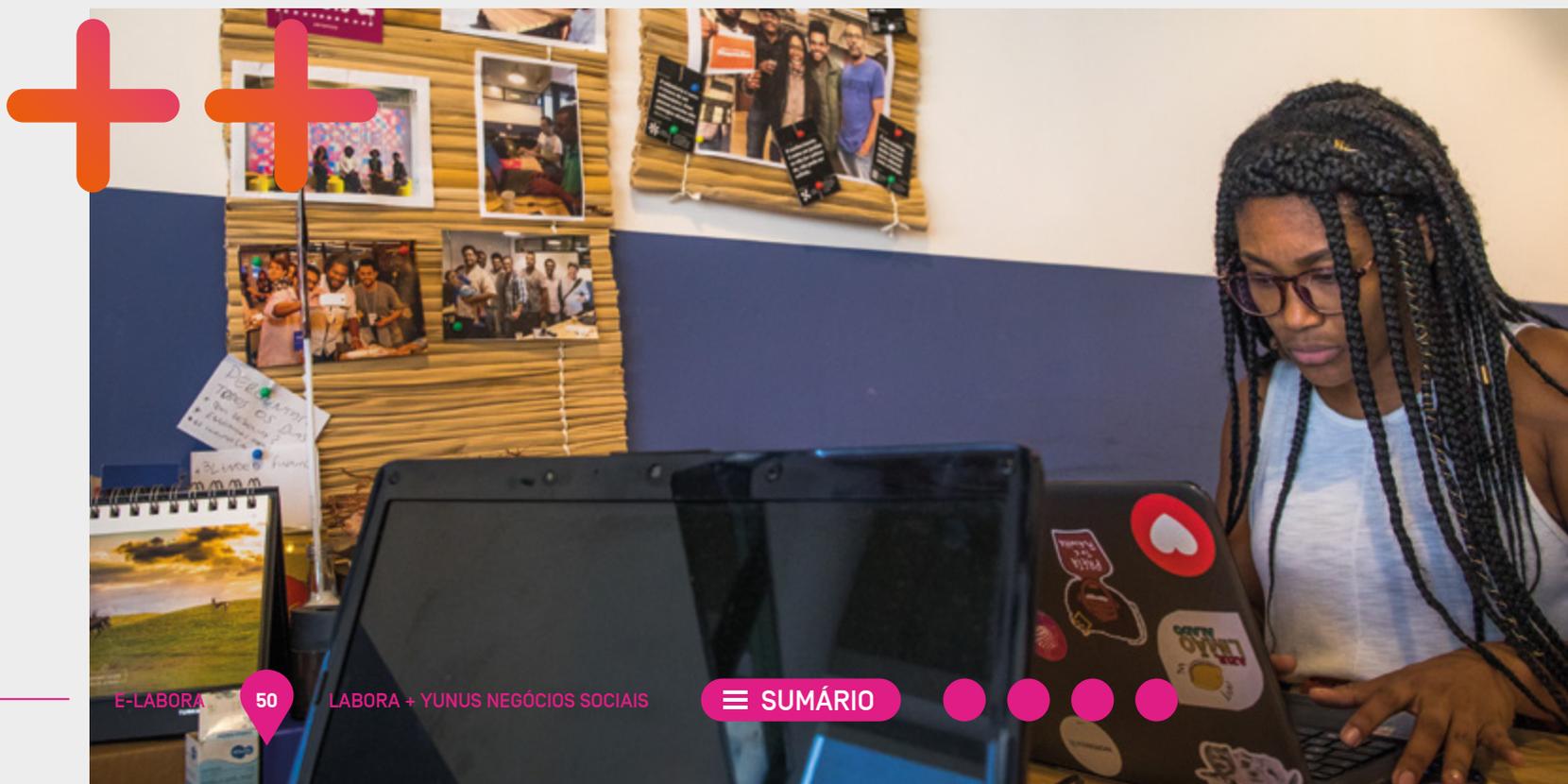




contextos sociais são geralmente taxadas de subsistência”, diz. Mulher, negra e imersa na área de tecnologia, que considera ainda mais excludente, tem os desafios ampliados. De fato, 90% das empresas de inovação e tecnologia são comandadas por homens, segundo pesquisa da Associação Brasileira de Startups [ABStartups] em 2018. “Não adianta querer fazer o mesmo caminho de um homem branco, pois as portas que se abrem para eles não vão se abrir para mim”, afirma.

Segundo Priscila, é preciso criar estratégias diferenciadas para fomentar negócios criados por empreendedores que estão historicamente excluídos dos processos formativos, financiamento do mercado e redes de contatos. De acordo com a experiência dela, a realização de acelerações é um modo de criar caminhos alternativos para empreendedores que precisam redobrar os esforços para alavancar uma ideia da estaca zero.

Carlos Humberto Silva, da Diaspora.Black, concorda sobre a importância das acelerações, o que foi constatado no desenvolvimento de seu próprio negócio. Mas defende que esses processos podem ser construídos com mais intencionalidade para se tornarem inclusivos. A linguagem e os códigos estabelecidos nesse





universo business, diz ele, historicamente segregam empreendedores que vivem e fazem sua trajetória de maneiras distintas das tradicionalmente reconhecidas. Na sua jornada foi preciso vencer uma barreira inicial: estar presente em espaços não pensados pela ótica da diversidade. “Sabíamos bem sobre nosso negócio, mas ocupar esses espaços do ecossistema foi muito desafiador. Foi uma experiência de ser um homem negro em espaços desconhecidos, onde nós não tínhamos a segurança, a princípio, para estar.”

Para Flávia Vianna, coordenadora de Inovação Social do Oi Futuro, garantir a diversidade de perfis de empreendedores na seleção do Labora foi intencional: “Este é um princípio orientador em todas ações da instituição. Temos um compromisso com a inclusão e valorizamos a diversidade como forma de produzir iniciativas sociais e artísticas mais democráticas e plurais.”





Segundo Flávia, os negócios que participaram da aceleração eram muito diversos entre si, trouxeram outras estéticas e novos desafios para o programa. Eles aprenderam e ensinaram ao mesmo tempo. Para a coordenadora, os empreendedores foram generosos com os primeiros passos do Labora e reforçaram a cultura de criar acelerações inclusivas. A participação deles possibilitou a busca para aperfeiçoar processos e metodologias com as aceleradoras parceiras: “Transformamos a diversidade em nosso pilar e seguimos aprendendo todos os dias com os empreendedores que passam pelo Labora.”





ACELERAÇÃO 2-3

# IMPULSIONANDO A ECONOMIA CRIATIVA DO RIO DE JANEIRO

LABORA + INSTITUTO EKLOOS

☰ SUMÁRIO



**F**ortalecer a vocação do Rio de Janeiro nas áreas da indústria criativa e cultural. A partir desse propósito, o Labora cocriou ao lado do Instituto Ekloos o Programa de Aceleração Social Impulso. Com a metodologia do Instituto Ekloos e a expertise do Oi Futuro nos campos da cultura e da inovação social, o Impulso oferece aos empreendedores sociais e criadores culturais fluminenses um acompanhamento personalizado durante nove meses para inovarem em seus projetos ou negócios nestas áreas. Entre 2017 e 2019, foram realizadas duas edições do programa, contando com a participação de 40 iniciativas plurais, de teatro a games. A experiência do programa permitiu aos participantes:



Desenvolver e aperfeiçoar os processos de gestão, buscando a viabilidade financeira dos empreendimentos.



Elevar o nível de inovação e impacto social nos negócios ou projetos por meio de metodologias ágeis.



Construir uma rede colaborativa de empreendedores da economia criativa do estado do Rio de Janeiro.





ORGANIZAÇÃO PARCEIRA



ORGANIZAÇÕES PATROCINADORAS

## INSTITUTO EKLOOS

Fundado em 2007, é uma associação sem fins lucrativos com a missão de possibilitar o crescimento sustentável de projetos socialmente responsáveis. Trabalha com gestão de organizações sem fins lucrativos e com as áreas de responsabilidade social de empresas com o objetivo de acelerar o desenvolvimento social, gerando mais impacto. Utiliza metodologias inovadoras adaptadas para o campo social nas áreas de gestão, projetos, negócios, marketing e tecnologia.



[www.ekloos.org](http://www.ekloos.org)



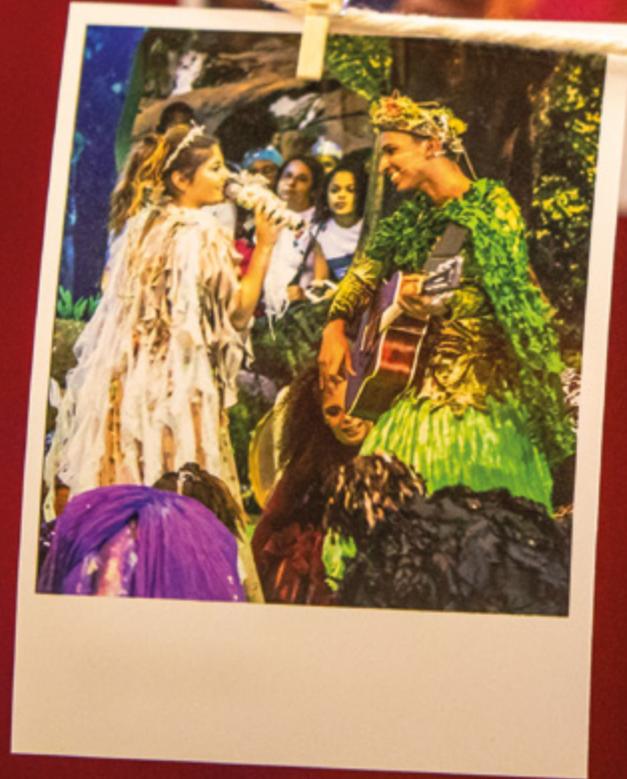
[bit.ly/SECECRJ](https://bit.ly/SECECRJ)

Os dois ciclos de aceleração contaram com o patrocínio da **Oi** e da **Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro (SECEC/RJ)** através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, um mecanismo de fomento de projetos culturais para a concessão de benefício fiscal para empresas contribuintes de ICMS no Rio de Janeiro.





ACELERAÇÃO 2



# ACELERAÇÃO 2

IMPULSO 2017-2018

LABORA + INSTITUTO EKLOOS

☰ SUMÁRIO



# 9 MESES, 1.836 HORAS:

mentorias personalizadas  
para empreendedores  
sociais e culturais

Com o desenho personalizado e acompanhamento exclusivo, a aceleração possibilita a construção de uma jornada gradativa, respeitando as necessidades de cada empreendedor.

DNA ACELERAÇÃO: LABORA + EKLOOS

## 1

### Formação de rede

Encontro de abertura do programa para promover a integração entre os acelerados.

## 2

### Diagnóstico e planos de ação

Criação de plano de ação para cada empreendedor com base em 5 áreas: gestão, projetos, negócios, marketing e tecnologia.

## 3

### Implementação do plano de ação

Mentorias individuais com empreendedores para a implementação dos planos de ação por meio de metodologias ágeis e com a participação de especialistas externos.

## 4

### Temas estratégicos

Encontros coletivos de formação abordando os temas: captação de recursos, design thinking para inovar em projetos culturais e novas tecnologias.

## 5

### Encerramento

Atividade coletiva de avaliação do programa e dinâmica sobre perfil empreendedor.





## 7 FOCUS CIA DE TEATRO

Realiza a gestão da Casa da Rua do Amor, um centro de artes integradas localizado em Saquassú, Santa Cruz, com foco nas artes cênicas.

## CDD ACONTECE

Principal canal de mídia comunitária do Rio de Janeiro, em que moradores da Cidade de Deus e adjacências se informam sobre os principais assuntos da região.

## CINECLUBE GIGÓIA

Espaço cultural que une esporte e cultura com uma programação cinematográfica, gratuita, para crianças e jovens da comunidade da Ilha da Gigóia.

## CINEMA NOSSO

Instituição sociocultural que visa ampliar o universo estético e cultural de crianças e jovens através da formação audiovisual com inovação e novas tecnologias gerando impacto social.

## COLETIVO ABRIGO

Promove soluções criativas e artísticas na transformação de materiais descartados, utilizando a marcenaria como ferramentas de inclusão, transformação social e conscientização ambiental.

## ESTANTE MÁGICA

Plataforma de projetos pedagógicos para escolas públicas e particulares, em que os estudantes da educação infantil e do ensino fundamental escrevem e ilustram seus próprios livros.

## FALA MANGUINHOS

Agência de comunicação comunitária, formada por moradores de Manguinhos, que visa repensar e promover a comunicação local, evidenciando as demandas da comunidade.

## FLUXOS URBANOS

Produção de conteúdos colaborativos que revelam o potencial das periferias urbanas, fomentando uma percepção positiva em relação a essas localidades.

## IMAGINÁRIO DIGITAL

Produtora nos campos do audiovisual, educação e tecnologia. Estimula o crescimento e a conexão entre produtores culturais pelo Brasil e América Latina.

## INSTITUTO AVES

Produção de eventos de rua e em locais fechados que promovam os movimentos populares e culturais com a valorização da identidade negra, do movimento charme e do hip hop.





## INSTITUTO COHEN

Cursos de formação técnica e artística nas áreas de teatro, dança e cinema, preparando lideranças jovens da zona oeste do Rio de Janeiro.

## INSTITUTO D'O PASSO

Trabalha com projetos multidisciplinares e multissensoriais de educação musical onde saber, entender e fazer música são vivências coletivas e acessíveis.

## LEÃO ETÍOPE DO MÉIER

Apresenta uma rota cultural alternativa ao eixo centro-zona sul e encoraja a sociedade a ressignificar os espaços públicos com a promoção de atividades culturais.

## LIVRETERIA POPULAR JURACI NASCIMENTO

Organização que estimula a leitura e utiliza os livros para favorecer o protagonismo de crianças e jovens da comunidade de São Carlos, no Rio de Janeiro.

## LONA NA LUA

Democratização da arte e cultura em regiões do interior do estado do Rio de Janeiro, por meio de oficinas de teatro, circo, dança e música para crianças e adolescentes.

## MARÉ DE SABORES

Catering de mulheres do conjunto de favelas da Maré, na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo em transformar a realidade social por meio da gastronomia.

## NO PALCO DA VIDA

Projeto de inclusão social que oferece aulas de teatro, dança, música e literatura para crianças, jovens, adultos, idosos e pessoas com deficiência.

## RIO INVISÍVEL

Escuta e narra histórias de vida de pessoas em situação de rua nas redes sociais, incentivando um olhar mais sensível para essa população.

## RODA DO MUNDO

Portal de vendas que promove a diversidade étnico-racial brasileira, possibilitando intercâmbio entre produtores e consumidores com a temática afro.

## SOMAR TURISMO ADAPTADO

Oferece e mapeia ofertas de turismo acessível para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida no estado do Rio de Janeiro.

Saiba mais sobre empreendedores acelerados:



<https://oifuturo.org.br/programas/labora/>



O QUE A JORNADA DE ACELERAÇÃO PODE AGREGAR PARA CADA UM É TOTALMENTE DISTINTO DO QUE PODE FAZER PRO OUTRO. VARIA DE ACORDO COM AS CARACTERÍSTICAS, PROPÓSITOS E MOMENTOS DE CADA ORGANIZAÇÃO. TRABALHAMOS DE MODO HORIZONTAL, CRIANDO VÍNCULOS DE AFETO E CONHECIMENTO COM AS EQUIPES.

Andrea Gomides,  
do Instituto Ekloos

CLIENTES

- EXPERIÊNCIAS
- SATISFAÇÃO
- fidelização
- tempo
- app de atendimento
- callcenter

ARTISTAS

- ateliê
- visibilidade
- contatos
- networking
- inspiração
- reconhecimento

Tarefas de

Descreva o que o segmer am ser as tarefas que eles

- comunidade aprendizado
- BUSCA DE AUTOCONHECIMENTO
- busca de novos conhecimentos
- ENRIQUECIMENTO
- EXERCÍCIO
- ENTREVISTA
- PROJETO

# CARLA SICCOS



## CARLA SICCOS...

é uma jornalista a mil. Do tipo mobilizadora, mediadora, dinâmica e articulada, capaz de disparar dez palavras por segundo – ou, como ela se define, “rainha dos textões”. Inquietou-se em uma tarde de domingo de 2011, conversando com a família na casa de sua mãe, na Cidade de Deus, favela na Zona Oeste do Rio de Janeiro: “Minha sobrinha disse que precisaria acordar cedo no dia seguinte para ir ao centro da cidade para resolver um documento. ‘Mas’, eu disse, ‘dá para resolver aqui, não precisa ir ao centro.’ Fiquei indignada. A conversa me fez perceber como muita gente não sabe o que tem na Cidade de Deus. Mas, quando acontece um tiroteio, quando morre alguém, o corpo ainda está quente e todo mundo já está sabendo de tudo.” Dessa inquietação nasceu o CDD Acontece, um perfil que se desdobrou em um informativo digital no Facebook.

“Amo a Cidade de Deus, apesar dos pesares. Sempre me incomodou como a mídia mostra só violência, violência, violência. Quis mostrar para os moradores as coisas boas que a comunidade tem. Mostrar para o mundo uma Cidade de Deus diferente, inclusive, da impressão do filme Cidade de Deus”, diz ela, referindo-se à produção cinematográfica dirigida por Fernando Meirelles e inspirada no livro de Paulo Lins, que recebeu quatro indicações ao Oscar de 2004.

Entre 2011 e 2019, Carla deixou outras ocupações, um escritório de contabilidade e uma marcenaria, estudou jornalismo e passou a se dedicar ao informativo integralmente [“20 horas por dia”, ela frisa]. Bateu à porta de empreendedores e ONGs do bairro para firmar parcerias, procurou atletas





**SEMPRE ME INCOMODOU  
COMO A MÍDIA MOSTRA  
SÓ VIOLÊNCIA,  
VIOLÊNCIA, VIOLÊNCIA.  
QUIS MOSTRAR PARA OS  
MORADORES AS COISAS  
BOAS QUE A CIDADE DE  
DEUS TEM.**

Carla Siccós, empreendedora do  
CDD Acontece

lançou um aplicativo próprio [com 10 mil downloads] e uma lista de transmissão no WhatsApp [com quase 8 mil inscritos], com serviços de utilidade pública como classificados e informes em tempo real. “Minhas publicações querem despertar a cidadania nos moradores – e costumo dizer que este é meu grito de cidadania”, define a empreendedora. Na primeira edição, a jornalista elaborou um projeto para transformar o CDD em uma agência de marketing e notícias, pensando no desenvolvimento territorial da Cidade de Deus.

e artistas da comunidade para destacá-los como “orgulhos da CDD” e foi divulgando o projeto a todo vapor.

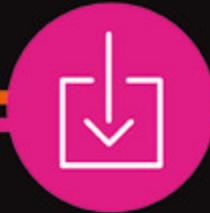
Funcionou: no Facebook, onde o crescimento foi inteiramente orgânico, conquistou mais de 117 mil seguidores até outubro de 2019. Depois,



O aplicativo do CDD Acontece tem mais de 10 mil downloads e o canal é seguido nas redes sociais por mais de 117 mil pessoas.



Canal de notícias da Cidade de Deus que transmite notícias e outros conteúdos via aplicativo, Facebook e WhatsApp, gerando receita vendendo anúncios de comerciantes da região.



Presta serviços de utilidade pública para moradores do bairro e desenvolve campanhas de cidadania. Em breve, também atuará como agência de marketing e notícias.



# CDD ACONTECE



# MARIANA ALEIXO



# MARIANA ALEIXO...

demarcou outro território: a Maré, conglomerado de 16 favelas na Zona Norte da capital fluminense. A chef, nascida na Maré, sentiu o choque da desigualdade ao notar que um simples jantar custava o equivalente a seu salário no restaurante de um hotel de luxo no Rio. O impacto impulsionou a idealização do projeto Maré de Sabores, que oferece oficinas de formação em gastronomia para moradoras do complexo – a primeira demanda surgiu a partir do interesse das mães de alunos do colégio CIEP Operário Vicente Mariano em 2010.

**NÓS NÃO LEVAMOS SÓ UM BUFFET, LEVAMOS O TERRITÓRIO E AS HISTÓRIAS DAS MULHERES.**

Mariana Aleixo, empreendedora do Maré de Sabores

Sediado na Redes de Desenvolvimento da Maré, instituição da sociedade civil, o projeto se desdobrou em um buffet, iniciativa para geração de renda para as mulheres formadas nas oficinas. Entre 2010 e 2019, o buffet já realizou mais de 2 mil eventos (brunch, coffee break, coquetel, entre outros), atendendo a mais de 40 mil convidados e gerando renda direta para mais de 100 famílias.



“Para nós, mulheres, é um reconhecimento da militância feminina para a conquista de direitos no território. Nós não levamos só um buffet, levamos o território e as histórias das mulheres. Nós produzimos interpretações da culinária presente na herança cultural da Maré, de inspiração nordestina, e passamos a circular e ocupar outros espaços na cidade levando essas produções. Muita gente nos contrata para marcar posição política – você contrata o buffet e, ao mesmo tempo, investe em um negócio de impacto. Nós agregamos e, ao mostrar o que a Maré produz de potente, contribuimos para romper estigmas do território. É uma experiência antropofágica”, define.

A Maré, diz Mariana, é centro – e não área periférica. Com 140 mil habitantes, é o nono maior bairro do Rio de Janeiro e cruza vias expressas, avenidas importantes e um aeroporto. De acordo com dados da Redes de Desenvolvimento da Maré, o eixo reúne 3.182 empreendimentos. “Se a Maré melhora, o Rio melhora”, assinala. “Nas favelas, as mulheres empreendem há muito tempo, cozinhando e produzindo para vender. Muitas das vezes isso não é reconhecido. Trata-se, então, de organizar e dar visibilidade. Empreendimentos são espaços para gerar alternativas e melhorar as condições de vida das pessoas. Empreendedoras da favela aprendem com essas experiências, mas na verdade a cidade toda precisa aprender”, justifica a chef e coordenadora, que também integrou a primeira edição da aceleração Impulso, entre 2017 e 2018.



# MARÉ DE SABORES



Buffet gastronômico de mulheres do conjunto de favelas da Maré que atua no Rio de Janeiro, principalmente para clientes que desejam gerar impacto, como instituições sociais.



O lucro com a venda do buffet é revertido para novas formações de mulheres da região.



Já produziu mais de 2 mil eventos, atendendo a mais de 40 mil convidados, gerando renda direta para mais de 100 famílias da Maré e dando sustentabilidade ao projeto social.



# ZECA NOVAIS





## ZECA NOVAIS...

está na estrada. O artista de Rio Bonito, na região metropolitana do Rio de Janeiro, roda escolas para oferecer oficinas de arte desde maio de 2009. Na cidade, onde não há estrutura ou equipamento cultural, ele foi pioneiro. Começou armando uma tenda de praia para as atividades de circo, dança e música. O projeto foi batizado de Lona na Lua. No início eram 30 alunos, que depois se tornaram 50, depois 200 – e, até julho de 2019, já tinha formado mais de 2,5 mil crianças. Os espetáculos do Lona na Lua receberam 50 mil espectadores.

“O Lona na Lua nasceu de uma sequência infinita de fracassos. Foi necessário fazer muito barulho aqui, uma cidade sem teatro e sem cinema. Eu sou formado em teimosia, com pós em resistência e doutorado em ‘cara de pau’, e é a partir dessa minha estrada que as coisas começaram a acontecer”, conta. “Quem vem na Lona é invadido por um sentimento que eu vou definir da forma mais clichê e piegas possível: aqui o amor é a lei, de fato. É por isso que as coisas acontecem”, acrescenta.

Integração e inclusão social a partir da arte é o norte de toda ação do Lona na Lua. Segundo Zeca, é pensar o projeto no contexto da comunidade e a comunidade no contexto do projeto – nas montagens, por exemplo, textos de autores como Ariano Suassuna, um dos maiores difusores da cultura nordestina, têm releituras e paralelos pensados para dialogar com a cidade do interior fluminense.



**QUEM VEM NA LONA  
É INVADIDO POR UM  
SENTIMENTO QUE EU  
VOU DEFINIR DA FORMA  
MAIS CLICHÊ E PIEGAS  
POSSÍVEL: AQUI O AMOR  
É A LEI, DE FATO. É POR  
ISSO QUE AS COISAS  
ACONTECEM.**

Zeca Novais, empreendedor  
do Lona na Lua

Depois de se consolidar em Rio Bonito, o artista sonhava em criar um modelo de franquia para poder chegar a outros territórios do Brasil. Após o processo de aceleração do Labora, ele decidiu dar dois passos para trás e testar as possibilidades de expansão primeiro em municípios vizinhos, como Casimiro de Abreu e Silva Jardim.

“Nós queremos criar uma realidade diferente. Lá fora, o mundo pode até ser meio cinza. Mas dentro da Lona

é tudo mais colorido e vai sempre ser”, define o ativista cultural, que ainda pretende seguir na estrada e expandir o projeto para outras cidades.



Associação cultural que oferece para crianças e jovens (nos municípios de Rio Bonito, Silva Jardim e Casimiro de Abreu) formação gratuita em teatro, circo, música, dança, cinema, roteiro, cenografia e figurino.



# LONANA LUA

Crianças e jovens atuam e montam espetáculos regulares, promovendo a formação de plateia.



A receita é obtida por meio de patrocínios e com venda de ingressos para os espetáculos, que têm um público de aproximadamente 1.600 pessoas em um mês.





PRECISAMOS FALAR SOBRE...

# TERRITÓRIO

*Negócios desenvolvidos em áreas periféricas têm o poder de inspirar outros empreendedores locais, criam uma onda de impacto mobilizando e transformando a realidade ao redor, geram renda, rompem com o caráter informal, se tornam uma referência e mostram aos grandes centros sua potência.*

Território é um espaço socialmente organizado. Pode ser uma rua, um bairro, uma cidade, um aglomerado de cidades, desde que esteja organizado em busca de um objetivo comum e engajado em uma agenda estratégica com a sociedade. Território, portanto, é um espaço que pode ser construído.





Carla Siccós (CDD Acontece), Mariana Aleixo (Maré de Sabores) e Zeca Novais (Lona na Lua) traçaram territórios: seus negócios nascem do vínculo dos empreendedores com o desejo de impactar positivamente a realidade imediata ao redor. O desenvolvimento territorial tem pontos de partida demarcados: para o CDD Acontece, é a Cidade de Deus; para o Maré de Sabores, o conjunto de favelas da Maré; para o Lona na Lua, cidades do interior.

Mostrar a potência da Cidade de Deus e reverter imaginários negativos sobre a favela foi o norte de Carla. É um negócio que tem a cara do bairro: a partir do aplicativo de notícias e das redes sociais do CDD Acontece, ela impulsiona empreendimentos locais, presta informações de utilidade pública e dá visibilidade a demandas por ações do poder público. “Quero destacar a Cidade de Deus no mapa”, diz a jornalista.

Para Mariana, a marca da Maré é um valor agregado ao serviço do buffet Maré de Sabores – não é só uma experiência gastronômica, mas um projeto de incentivo a mulheres da favela. “Na verdade, queremos produzir uma experiência que provoque o consumidor: qual é o impacto do seu consumo? O que você vai escolher, consumir, comer vai impactar na sua cidade”, afirma a chef. Mas há desafios para romper com os estigmas ainda atribuídos às favelas. Segundo a empreendedora, alguns clientes manifestam, às vezes, receio quanto à prestação do serviço e procuram o Maré de Sabores por relacionarem favela a preços baixos, e não a um território que produz serviços com a mesma qualidade e com





os mesmos custos de outras partes da cidade, e isso precisa ser visto de maneira justa: “Mulheres da Maré reunidas, gerindo, cozinhando, atuando em vários espaços da cidade, isso por si só provoca. Assim, quando prestamos nosso serviço, estamos convidando o consumidor para ser nosso parceiro nessa mudança de olhar.”

O estigma da favela pesa, inclusive para empreendedores. Nos exemplos do CDD Acontece e do Maré de Sabores, os negócios se tornam referência para a cidade e para outros empreendedores de territórios que, historicamente, têm pouco acesso a oportunidades. Mariana lembra que empreendedorismo de mulheres na Maré não é um fenômeno recente: há tempos as mulheres da favela empreendem cozinhando para fora ou fabricando produtos, na luta histórica de disputar a cidade. Agora é a hora do empoderamento econômico: o sucesso de uma iniciativa traz um impacto positivo para o entorno e cria uma referência de possibilidade.

Ser referência de possibilidade de viver de arte em uma cidade do interior é o que Zeca tem promovido com o Lona na Lua. Não só porque





a comunidade pode participar ativamente como protagonista dos espetáculos ou nos bastidores, mas porque as criações artísticas são inspiradas na própria comunidade. “Quando você escolhe fazer arte em uma cidade sem teatro e cinema, você muda a perspectiva social do que as pessoas acham que se pode ou não fazer no interior. E aí se transforma a história de uma cidade”, diz.

A singularidade do negócio está na integração com as cidades e suas populações – ou, como o artista diz, na premissa de chegar “pedindo licença” ao levar espetáculos a novos públicos e pensar como contribuir com o desenvolvimento cultural das crianças daquela localidade. “Os meninos do projeto proporcionaram visibilidade nacional para Rio Bonito por um motivo nobre, porque eles cismaram de fazer arte, cismaram em ser teimosos e resistir. E resistir da forma mais bonita e potente, protagonizando uma história de afeto e respeito mútuo, porque aqui não há diferenças”, define Zeca.



# ROBSON MELO

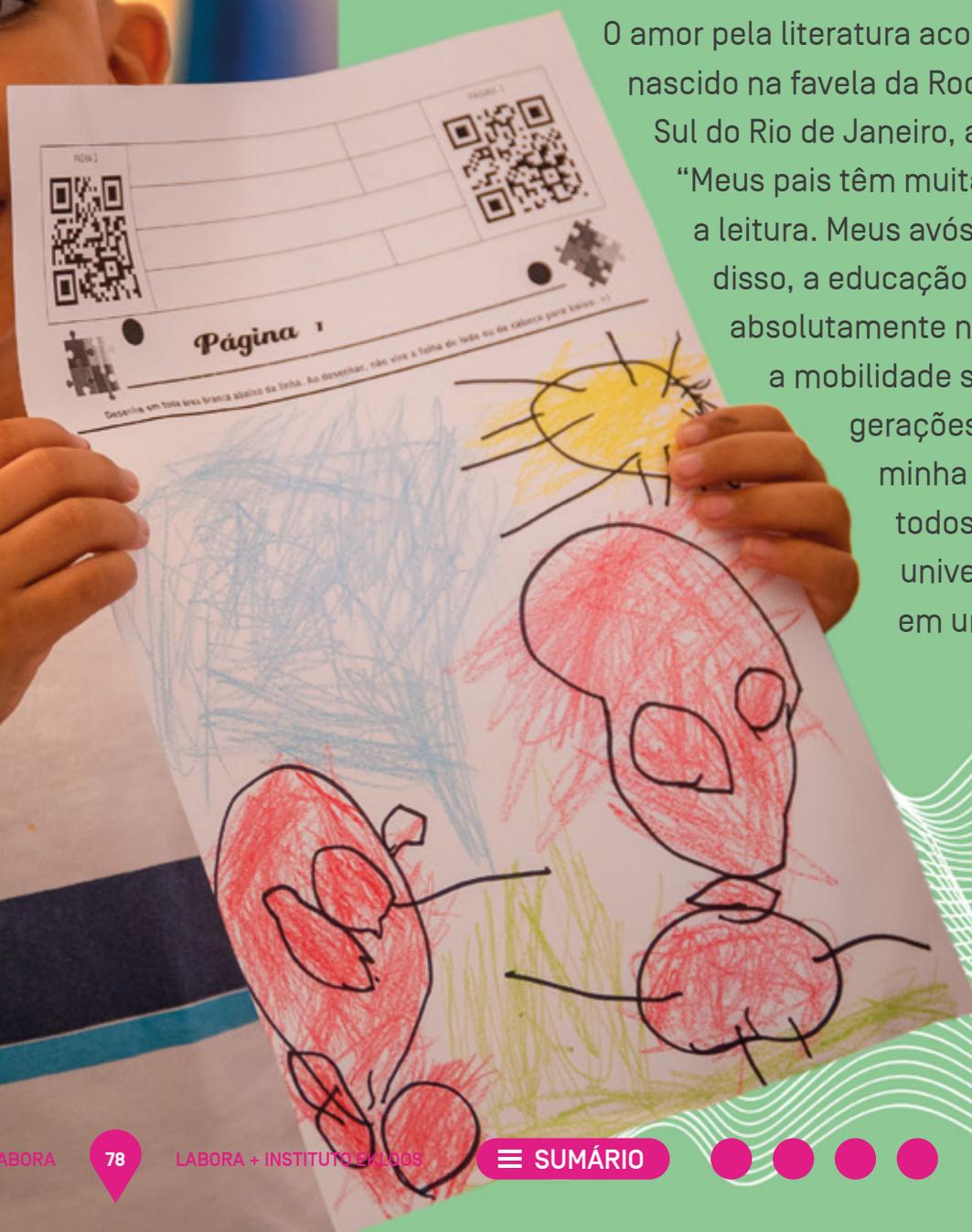


## ROBSON MELO...

encontrou o avô Pedro Leôncio emocionado em uma manhã de novembro de 2003. Na noite anterior, havia morrido uma certa Rachel, uma senhora cearense para quem o avô marceneiro tinha feito estantes. A senhora era a escritora Rachel de Queiroz, primeira mulher a ingressar na Academia Brasileira de Letras e a receber o Prêmio Camões. Só após o episódio o jovem soube que seu avô, analfabeto, era amigo da autora.

O amor pela literatura acompanhou o jovem, nascido na favela da Rocinha, na Zona Sul do Rio de Janeiro, ao longo da vida.

“Meus pais têm muita dificuldade com a leitura. Meus avós também. Apesar disso, a educação foi um elemento absolutamente necessário para a mobilidade social entre as gerações. Meus primos, minha irmã e eu, todos fomos para a universidade. Cresci em uma casa cercada



## A MÁGICA FOI TRANSFORMAR A CRIANÇA EM AUTORA DA PRÓPRIA HISTÓRIA.

Robson Melo, empreendedor da Estante Mágica

Robson se conheceram durante um estágio no setor jurídico de uma grande mineradora brasileira. Tornaram-se amigos e sócios, determinados a empreender um negócio novo relacionado à educação. Juntos rascunharam diversas ideias [como contação de histórias, feira literária e livraria virtual] até idealizar a Estante Mágica, plataforma que incentiva alunos a escrever e publicar livros: a mágica foi transformar a criança em autor da própria história. O alvo da empresa é o impacto social na educação básica – desde 2012, já atendeu mais de 800 mil estudantes, 4 mil escolas e mil cidades brasileiras.

Na memória de Robson também ficou um artigo assinado por Andrea Gomides, do Instituto Ekloos, no jornal Folha de S.Paulo. Era um texto sobre o “setor 2,5”, um híbrido entre o segundo setor [as empresas] e o terceiro setor [as organizações sem fins lucrativos]. “Esse artigo foi um divisor de águas para nós. É nesse setor que nos encaixamos: somos uma empresa e temos todo o lucro reinvestido para aumentar o impacto social e atingir mais crianças”, relata o empreendedor, que, durante a aceleração do Labora, desenvolveu estratégias para expandir as atividades da Estante Mágica nas escolas públicas, além das particulares.

de livros, pois meu avô, marceneiro, fazia estantes e sempre ganhava livros de presente”, lembra Robson.

Pedro Concy, por sua vez, se apegou aos livros desde pequeno por causa dos pais. Eles pensavam que o menino era surdo e tentaram estimulá-lo com a leitura e a escrita, cercando-o de livros. Pedro e



# ESTANTE MÁGICA

Plataforma que oferece a alunos da Educação Infantil e do Fundamental I, das redes públicas e privadas, o incentivo para escreverem e publicarem livros.

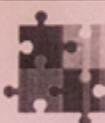
Os estudantes escrevem histórias que são transformadas em livros digitais.



As famílias podem comprar os livros impressos, que variam entre R\$ 39 e R\$ 59.



PROF. J...  
EI 53 JARDIM/PRE II INTEGRAL



*Página 1*

Desenhe em toda área branca abaixo da linha. Ao desenhar, não vire a folha de



# MÉRCIA BRITTO



## MÉRCIA BRITTO...

era repórter de uma TV comunitária na favela da Rocinha, na Zona Sul do Rio de Janeiro. Depois de passar por diversas instituições de comunicação comunitária, ela e outras jovens produtoras de filmes independentes passaram a articular ideias para novos projetos. O coletivo desembocou no Grupo Estação de Cinema, uma rede de filmes alternativos no Rio. Ali, Mércia conheceu Fernando Meirelles e Kátia Lund, diretores do filme Cidade de Deus, premiada produção que reuniu no elenco mais de 210 atores e 2.600 figurantes, escolhidos nas comunidades cariocas. Às vésperas do lançamento do filme, em 2002, sete jovens decidiram fundar a ONG Nós do Cinema, com uma

**O PROGRAMA ENTENDE AS ESPECIFICIDADES DE CADA PROJETO, DE CADA ORGANIZAÇÃO. NÃO FICA DENTRO DE CAIXINHAS. A SENSIBILIDADE DA EQUIPE DE ENTENDER AS TRAJETÓRIAS FOI SUPERIMPORTANTE.**

Mércia Britto, empreendedora do Cinema Nosso



proposta de grupo de trabalho com os bastidores cinematográficos e oficinas de formação – em 2007, rebatizada para Cinema Nosso.

“Sempre tivemos essa proposta da prática primeiro e depois teorizar sobre isso, e logo elaboramos o projeto político pedagógico, tendo como guia Paulo Freire. A veia educacional sempre esteve muito forte”, lembra Mércia. A missão da instituição sociocultural é ampliar o universo cultural de crianças e jovens através de projetos de inovação em audiovisual e games. Para viabilizar financeiramente esses projetos, eles fundaram a produtora Jabuti Filmes, empresa especializada na produção de filmes socioambientais.

Desde 2007 instalada num casarão no Centro do Rio, com uma sala de cinema e uma escola, a empresa se consolidou no tripé produção, formação e exibição. Ao longo da década de 2010, firmaram diversas parcerias, financiamentos e incubações, inclusive com universidades. “Geramos impacto pelas contribuições para as políticas públicas na área de audiovisual. Temos ações contínuas em escolas públicas, como sessões periódicas, cursos de formação e ações para estudantes, educadores e familiares. Provocamos o mercado cinematográfico no Rio, que é pequenininho, com uma pluralidade de jovens preparados para entrar nesse mercado. Formamos jovens com mais experiências e acessos culturais, com empoderamento na construção de narrativas”, diz a produtora cultural, que integrou a aceleração promovida pelo Labora com o Instituto Ekloos.

A mentoria, diz Mércia, foi especialmente marcante por provocar reflexões personalizadas em um processo contínuo (e não uma assessoria pontual). “A relação com o Labora é diferente, é contínua. ‘Nós definimos isso. E aí, o que vocês fizeram?’, eles nos perguntam de tempos em tempos, e é ótimo. O programa entende as especificidades de cada projeto, de cada organização. Não fica dentro de caixinhas. A sensibilidade da equipe de entender as trajetórias foi superimportante”, destaca.





# CINEMA NOSSO

Instituição sociocultural que mantém uma escola audiovisual, uma sala de cinema e uma produtora-escola na cidade do Rio de Janeiro.

A instituição gera receita por meio de patrocínios e por cobrança de mensalidades em formações na área audiovisual e novas tecnologias. Esses recursos financiam a oferta de bolsas de estudo de participantes que não podem pagar.



Produz filmes com temáticas e estéticas próprias das classes populares, inserindo esse público no mercado audiovisual, principalmente jovens realizadores.





PRECISAMOS FALAR SOBRE...

# SUSTENTABILIDADE

*Empreendedores são provocados a repensar a sustentabilidade financeira de seus negócios ou projetos e a promover mudanças na sua cultura organizacional para viabilizar ações inovadoras e com maior impacto social.*

Qual é o valor da sua iniciativa? Quanto custa o seu produto ou serviço? A questão inquieta empreendedores sociais, pois muitas vezes persiste um sentimento silencioso de culpa por cobrar, como se isso corrompesse o propósito do trabalho.





O dilema ronda principalmente negócios que nasceram no berço de organizações sem fins lucrativos, as ONGs. Ficar à espera para disputar editais e patrocínios é um caminho de dependência financeira, podendo limitar as possibilidades dos empreendedores acelerados. Para garantir a sustentabilidade da iniciativa e gerar mais impacto, é preciso manter a roda girando independentemente dos financiamentos não reembolsáveis.

Robson Melo, na busca por ampliar o impacto social e alcançar a escola pública com os livros personalizados da Estante Mágica, primeiro pensou em buscar patrocínio de empresas para essa ação. Entretanto, o empreendedor notou, na realidade, que a Estante Mágica não precisava apenas de fomento, e sim de investimento e fluxo de caixa. “Nós recebíamos muitas provocações na aceleração: ‘Para vocês gerarem impacto e continuarem publicando mais livros, ter mais crianças impactadas, pais e escolas participando, vocês precisam ganhar dinheiro, e isso não é ruim desde que vocês usem esse dinheiro de forma inteligente, com propósito, gerando impacto social.’ Passamos a priorizar a sustentabilidade do negócio, o que nos faz criar processos eficientes, gerar lucro, desenvolver planos inteligentes e fazer uso racional dos nossos recursos”, ele lembra.

Já Mércia Britto viveu o dilema no caminho inverso. O Cinema Nosso se posicionava como ONG, fruto de um projeto social. Eles abriram uma empresa, a Jabuti Filmes, e vendiam produção de filmes para clientes





que iam até eles – eles, até então, não iam atrás de clientes. No fundo, eles viviam o conflito interno: vender serviços e produtos é descaracterizar a natureza social das ações? “Viemos dessa cultura de que tudo o que é social tem que ser totalmente gratuito”, diz Mércia.

Dentro do Labora, a empreendedora entendeu que a Jabuti existia como fonte para manter as ações sociais do Cinema Nosso. E passou a considerar a arrecadação necessária para manter a casa de pé. Para repensar a sustentabilidade, Mércia e equipe precisaram repensar a cultura organizacional e buscar tratar com mais “naturalidade”, diz ela, quais são os custos do negócio.

“Em alguns momentos, os nossos custos são pagos pelo financiador. Em outros, precisamos encontrar estratégias para arcar com as despesas. Oferecemos cursos de formação, que são pagos por quem pode investir. Mas também oferecemos formações gratuitas, que são pagas por patrocinadores. O lucro vai para o Cinema Nosso. É o que vai pagar a luz, limpeza, manutenção, obras, tudo”, pontua.

Ao constatar a importância da sustentabilidade do negócio, eles notaram que a venda de produtos e serviços é uma alternativa para a autonomia financeira. E é um lugar de criatividade também. “Isso foi muito importante. Hoje tratamos o tema com mais tranquilidade, trazendo elementos do mundo empreendedor e da administração clássica. Entendemos que há um meio-termo. Isso é pensar o negócio de forma criativa para gerar recursos. É empoderamento”, afirma Mércia.





## CDD ACONTECE

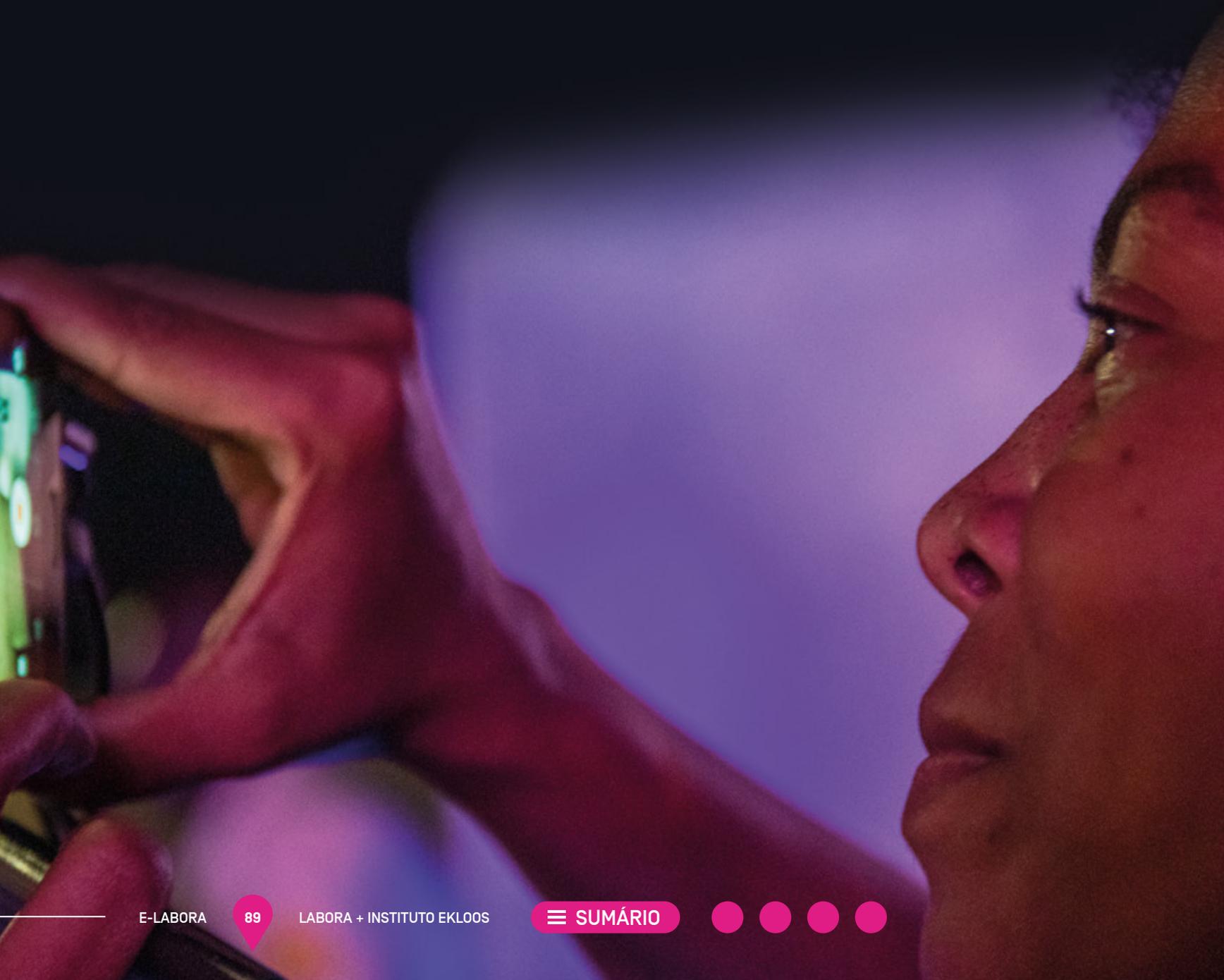
### CARLA SICCÓS

# NÃO TINHA A INTENÇÃO DE CRESCER, MAS MINHA VISÃO MUDOU

Esta caneta foi um presente de uma amiga americana. A caneta faz gravações, funciona como um caderno eletrônico. Onde eu vou, eu gravo o que é importante. Gravei todos os nossos encontros na aceleração, para pontuar tudo. Muito do que aprendi nesses dias levei para a prática. Venho trabalhando isso sempre, sempre, sempre. Ouvindo sempre. Eu precisava de orientação e essa foi a única mentoria que eu tive. Ali vi que meu negócio é realmente um negócio social. A ideia do CDD Acontece é mostrar para a comunidade as coisas boas que a comunidade tem. Minhas publicações querem despertar a cidadania nos moradores – e



costumo dizer que este é meu grito como cidadã. Trabalho 20 horas por dia no projeto. Antes eu via apenas o lado social, não tinha intenção de crescer. Mas minha visão mudou: além da parte social, pretendo transformar o CDD Acontece em uma agência de marketing e notícias, para dar ainda mais visibilidade, desenvolver e apoiar a comunidade. É estimular a cidadania, é participar junto.





## MARÉ DE SABORES

### MARIANA ALEIXO

# PARAMOS PARA PROJETAR OS PRÓXIMOS DEZ ANOS

Mulheres da Maré estão rompendo com as próprias realidades. Mulheres faveladas, negras e de origem nordestina estão circulando na cidade e produzindo experiências que desempenham um papel central para o enfrentamento das desigualdades. Nós não levamos só um buffet, levamos o território e as histórias das mulheres da Maré. Não viramos um negócio de impacto social porque ‘é legal’, já éramos desde o início. A aceleração aconteceu em um momento importante, estávamos nos organizando como empresa, com movimentos de profissionalização e investimentos em equipamentos mais caros. A mentoria nos permitiu parar para pensar, amadurecer a visão do negócio, elaborar a gestão financeira, projetar os próximos dez



anos. O sonho é construir autonomia financeira para gerir a Casa das Mulheres da Maré. Entendemos o quão potente era o buffet, capaz de gerar trabalho para dar sustentabilidade a programas de formação e oficinas para mais mulheres. Estamos ressignificando o trabalho empreendedor: a visão tradicional é identificar uma oportunidade e produzir uma solução para o mercado. Estamos na contramão, pois olhamos para a necessidade da Maré e pensamos que tipo de experiência podemos produzir para a cidade. Somos um negócio e um projeto social ao mesmo tempo. Da percepção estigmatizante em relação à Maré, produzimos experiências positivas.





## LONA NA LUA

### ZECA NOVAIS

# DEI DOIS PASSOS PARA TRÁS PARA DAR DEZ PARA A FRENTE

Não tenho formação acadêmica, mas aprendi um pouquinho de tudo, na marra: artes cênicas, direito, leis de incentivo, limpar o chão da loja e puxar o fio da lona azul estrelada. Sou um ativista cultural, um cara incomodado por injustiças, um teimoso. Agora, um empreendedor social. Minha lona é empreendimento, é modelo de arte inclusiva. Além de Rio Bonito, atuamos em Silva Jardim e Casimiro de Abreu – foram 800 crianças atendidas em três anos. Pensei no modelo de franquia social para expandir. De cara, eu pensava: vou levar para a Paraíba e não sei onde mais, quero espalhar. Na aceleração, eles foram provocados pelo meu projeto e me provocaram: ‘Que tal primeiro pensar nas cidades em volta?’ É o que estou fazendo. Dei





dois passos para trás para dar dez passos para a frente. Em vez de ficar preso ao ideal de 22 lonas, vamos investir em cinco possibilidades reais a curto prazo. Eles me instigaram a mapear as cidades, ver as ferramentas financeiras além do patrocínio para manter o projeto de pé. O Labora me mostrou que é possível e dá para acontecer, dá para fazer o sonho ser realidade. Em vez de pensar em construir um teatro com R\$ 2 milhões, você pode pensar em um espaço cultural com R\$ 208 mil, quer dizer, cerca de 10% do valor. Isso é economia criativa. É nisso que nós acreditamos.





## ESTANTE MÁGICA

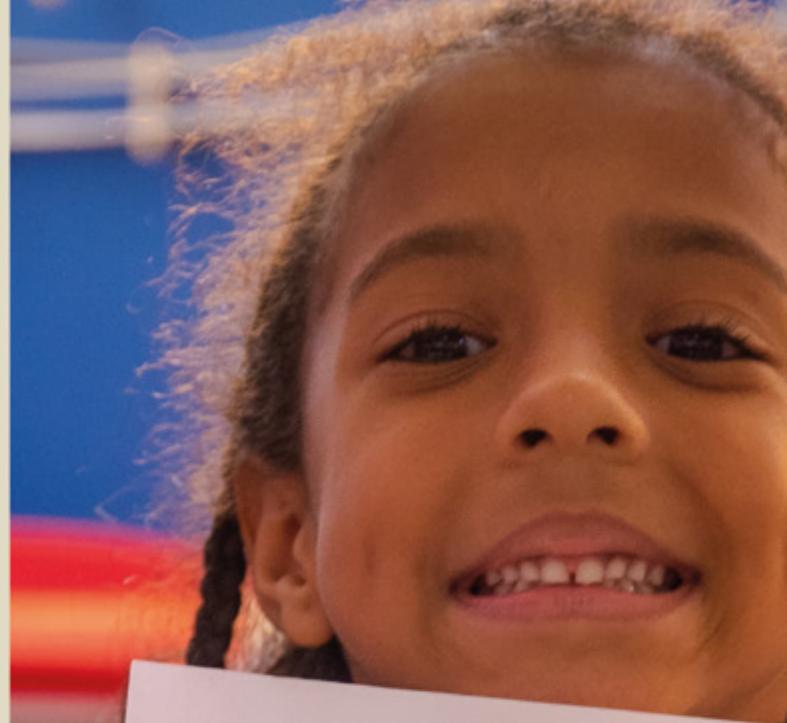
### ROBSON MELO

# AS PROVOCAÇÕES NOS AJUDARAM A CHEGAR À ESCOLA PÚBLICA

A partir de 2013, mergulhamos no universo de empresas e startups. Passamos a circular mais, participando de encontros e procurando editais para mentoria. Acreditamos muito no poder das redes e buscamos as melhores para novas conexões. A aceleração teve um impacto gigantesco para nós, a começar pelo próprio entendimento do negócio. Queríamos atingir crianças e incentivar a leitura e a escrita, mudar a realidade brasileira e tudo mais, mas até então não tínhamos ideia do que é impacto social. Ser provocado a cada encontro de mentoria foi desafiador. Precisávamos fazer o dever de casa direitinho, e as discussões da construção de canvas e estratégias. Graças a essas provocações, hoje temos um modelo diversificado, para escolas públicas e para



particulares. Além do nosso livro de capa dura, criamos outro livro de capa mole, mais acessível. Saímos de um modelo com 6-7% de escolas públicas no nosso portfólio para atualmente 35%. Da mentoria veio o mantra que carregamos até hoje: sustentabilidade do negócio. Isso ficou muito marcado, somos uma empresa de impacto social e precisamos ser sustentáveis para garantir um negócio com cada vez mais impacto.





**CINEMA NOSSO**  
**MÉRCIA BRITTO**

## REVIRAMOS O PASSADO PARA COMPREENDER NOSSO NEGÓCIO

Somos uma ONG [Cinema Nosso] e uma empresa social [Jabuti Filmes]. O que foi importante no Labora: identificar que tínhamos um negócio social. Antes, nossa atenção de captação estava só focada nas ações do projeto social, porém não sabíamos onde se encaixava a empresa. No papel e na prática, ela sempre foi importante, mas a gestão e a organização eram feitas dentro da ONG, então não tínhamos tempo e pessoal para focar nela. A aceleração me fez entender, enquanto gestora, que nosso negócio social fazia entrar dinheiro direto. Tendo ou não projeto novo, nossas ações de formação nunca pararam nesses 18 anos – mantínhamos o ciclo, terminando uma turma começa a outra. Mas o que acontece quando um projeto com financiamento via



patrocínio não emenda no outro? Nesses casos o recurso sempre veio das nossas produções audiovisuais socioambientais. Foi um momento estratégico: se não fosse o processo de aceleração em 2017, talvez não tivéssemos dado atenção a esses insights. Reviramos nosso passado para compreender qual era nosso negócio e pensar o futuro. A aceleração fez assim: 'Olha a história de vocês. Vocês têm um produto claro, que é vender serviços e fazer filmes para outras pessoas, vocês têm clientes batendo à porta e vocês não vendem isso...' Foi um momento de empoderamento: de me sentir responsável e trazer a equipe para entender que a responsabilidade para a existência do negócio social é de todos que estão ali.



Join

<http://WhereThoughtsGo.Me>

page ver detalhes



ACELERAÇÃO 3

# ACELERAÇÃO 3

IMPULSO 2018-2019

LABORA + INSTITUTO EKLOOS

☰ SUMÁRIO



# 9 MESES, 3.356 HORAS:

banca de pitching é criada nesta segunda edição para premiar em até R\$ 100 mil iniciativas mais bem avaliadas

*O 1º edital Impulso (2017-2018) deu a premiação para cinco iniciativas selecionadas na categoria “negócio social”. Já na segunda edição, o programa aprimorou sua estratégia e distribuiu R\$ 100 mil entre as iniciativas que demonstraram melhor desempenho ou necessidade de recursos financeiros. A seleção dos premiados foi feita por uma banca composta por especialistas de diferentes áreas de atuação.*

## 1

### Formação da rede

O encontro de abertura foi mantido para promover a integração entre os acelerados.

## 3

### Implementação do plano de ação

Durante a 2ª edição, as mentorias para implementação dos planos de ação contaram com a participação do time de Cultura e Educação do Oi Futuro, além de especialistas externos.

## 2

### Diagnóstico e planos de ação

A estratégia de criar um plano de ação para cada empreendedor permaneceu na jornada.

## 4

### Pitching

Esta etapa foi criada para que cada empreendedor pudesse defender a sua iniciativa e necessidade de recursos financeiros para uma banca de especialistas. A dinâmica de pitching foi um desafio para os empreendedores, principalmente aqueles ligados a ONGs ou coletivos culturais.

## 5

### Encerramento

Atividade para construção de vínculos entre os empreendedores acelerados e depoimento sobre avaliação do programa.





## AS MARIAS DA GRAÇA

Primeiro grupo de palhaçaria feminina, criando uma nova estética e linguagem nos espetáculos a partir das narrativas do cotidiano feminino.

## ASSOCIAÇÃO SEMENTE DA VIDA – CDD

Organização que promove o desenvolvimento humano e social, além do acesso à cultura digital, para crianças e jovens da Cidade de Deus.

## BAIXADA NUNCA SE RENDE

Coletivo de música que busca influenciar na cena cultural da Baixada Fluminense, criando oportunidades de trabalho para profissionais do entretenimento da região.

## BERAP

Game de batalhas de rima que visa levar experiências das rodas de rap para o ambiente digital.

## CASA FLUMINENSE

Organização da sociedade civil que atua como polo de rede de pessoas e organizações para a construção de políticas e ações públicas, com foco no desenvolvimento justo, democrático e sustentável.

## CIA 2 BANQUINHOS

Companhia de teatro e circo da Zona Oeste que promove espetáculos, oficinas e intervenções artísticas nas ruas.

## CORPO TÁTIL

Instituto que potencializa a expressividade da pessoa com deficiência visual por meio da arte, promovendo o seu crescimento pessoal e profissional.

## ERA UMA VEZ O MUNDO

Negócios de impacto com a criação de brinquedos e livros educativos para construção da identidade, representatividade e autoestima de crianças e adolescentes negros.

## HI HAT GIRLS

Oficina de bateria para mulheres que permite a experimentação feminina no ambiente musical, visando quebrar estereótipos de gênero dentro do universo da música.

## INSTITUTO CAMINHANTES

Curso de pré-vestibular comunitário na Zona Portuária com foco na formação cidadã e humana e na construção de vínculos sociais dentro da turma.





QUEM PARTICIPOU

## INSTITUTO ENRAIZADOS

Organização de hip hop que promove o protagonismo da juventude, estimulando o senso crítico a partir de intervenções artísticas e culturais na Baixada Fluminense.

## INSTITUTO PRETOS NOVOS

Espaço multidisciplinar de pesquisa e memória que dissemina o conhecimento histórico da escravidão a partir do sítio arqueológico do Cemitério dos Pretos Novos.

## MUSEU SANKOFA

Museu de percurso que conta a história da Rocinha a partir do registro e memória dos seus moradores, fortalecendo o resgate das raízes culturais e afetivas do território.

## OBSERVATÓRIO DE FAVELAS

Organização da sociedade civil de pesquisa e ação pública dedicada à produção de conhecimento sobre fenômenos urbanos, fortalecendo a periferia como território de potência e direitos.

## ODYSSEE

Produção de acessórios de moda a partir do upcycling de materiais eletrônicos descartados e realização de workshops a respeito da ressignificação da moda.

## PHÁBRIKA DE ARTHES

Espaço de artes integradas que promove o desenvolvimento e a inclusão de crianças e jovens que vivem no entorno de Coelho Neto através do acesso à cultura e ao esporte.

## PIPAS LABS

SmartToy gamificado que transforma brincadeiras de rua em experiências modernas e conectadas.

## RAINHA CRESPA

Negócio de impacto que promove experiências afroempreendedoras e formativas a um circuito cultural da Zona Norte com ações de produção, educação e entretenimento.

## RECONSIDERE

Coletivo independente de educadores que utiliza o potencial da produção audiovisual para a construção do debate plural e crítico sobre a educação na América Latina.

## TEATRO DA LAJE

Oficinas de teatro e realização de espetáculos com residência artística na Arena Dicró e na Vila Cruzeiro que abre caminhos para a idealização de projetos artísticos em regiões pouco assistidas.

Saiba mais sobre  
empreendedores acelerados:



<https://oifuturo.org.br/programas/labora/>





# CHRISTIAN E YAN





## CHRISTIAN TRINDADE E YAN MARQUES...

são jovens na casa dos 20, entusiastas de tecnologia, amigos de faculdade. Christian sempre ouviu rap, desde os 9 anos. Yan era “viciado” em batalhas de rima, um tipo de duelo musical entre MCs, que precisam improvisar versos, muitas vezes pautados por questões políticas e sociais. Juntos identificaram uma oportunidade com a popularização de batalhas de rima no Brasil e tiveram a ideia de levar o fenômeno de rodas de rap à internet. Eis o berço do beRap, game de batalhas de rima.

Primeiro, Christian e Yan fizeram testes para confirmar o interesse dos jovens nesse tipo de ferramenta – por exemplo, com a formação de 800 inscritos em seis grupos de WhatsApp (200 MCs rimando e 600 espectadores engajados, de todas as regiões do país). Depois decidiram aprender, afinal, como se desenvolve um aplicativo – o que aconteceu entre novembro de 2018 e fevereiro de 2019. Em abril, conseguiram lançar a primeira versão da ferramenta. Em julho, já tinham passado de 19 mil torneios realizados no app.

Voltado para o público jovem, de até 24 anos, o aplicativo funciona como um jogo: é possível comprar créditos para adquirir itens personalizados e participar de mais torneios. Ainda é difícil medir o impacto, embora eles





**O IMPACTO DO BERAP  
PASSA PELAS PRÓPRIAS  
BATALHAS DE RIMA, DE  
REFÚGIO SOCIAL. O RAP  
PASSA UMA MENSAGEM  
MUITO FORTE.**

Christian Trindade,  
empreendedor do beRap

venham recebendo feedbacks interessantes e inesperados. “O cara está em casa e vai rimar para melhorar, porque o sonho dele é ser um rapper. O beRap é o refúgio dele. Tem muitos MCs, o próprio Emicida, um dos mais famosos, que vieram da batalha de rima. O Emicida tem uma música que diz ‘eu ia para um crime’ se os amigos dele não o tivessem levado para a Liga dos MCs. Então o impacto do beRap passa pelas próprias batalhas de rima, de refúgio social. O rap passa uma mensagem muito forte”, diz Christian. Durante a aceleração do Labora, eles fecharam uma parceria com o Circo Voador, tradicional centro cultural na Lapa carioca, para promover ações de divulgação do aplicativo em shows de rap. A estreia foi num show do Emicida. Deu match.



# BERAP



Game de batalhas de rima que transporta a experiência das batalhas de rap para o ambiente digital.



Maior site de batalhas de rima do Brasil em número de acessos, conectando MCs amadores e profissionais.



O aplicativo já teve 2.800 downloads e conta, até outubro de 2019, com 1.900 instalações ativas, com mais de 19 mil torneios e cerca de 60 mil rimas enviadas.



# JACIANA MELQUIADES





## JACIANA MELQUIADES...

tinha um sonho na infância: uma Barbie. Natural de Belford Roxo, na região metropolitana do Rio de Janeiro, ela cresceu em uma família simples e, um dia, a avó deu uma Barbie de presente. Ela se lembra da sensação incrível de tirar o brinquedo da caixa – uma boneca loira e de olhos azuis, que nada tinha a ver com a garotinha negra. “Se você conversar com outras meninas negras, elas vão dizer a mesma coisa. Eu queria ser aquela boneca. Eu queria ser igual àquela boneca”, conta.

O tempo passou, e a menina de 6 anos se tornou historiadora, integrante do coletivo Meninas Black Power, educadora e empreendedora. Redescobriu-se como mulher negra, principalmente após se tornar mãe. “Meu filho materializou essa consciência, de pensar ‘que exemplo vou dar para essa criança?’ num mundo que não dá visibilidade para exemplos de negritude potente. Entrei num processo de redescobrir meu cabelo crespo, meu corpo negro. E o brinquedo da criança, não tem boneco negro? Vamos fazer”, diz.

**É UM NEGÓCIO E PRECISA SER RENTÁVEL. MAS O QUE ME MANTÉM É A ÉTICA DE DESENVOLVER UM NEGÓCIO DE IMPACTO SOCIAL.**

Jaciana Melquiades, empreendedora da Era Uma Vez o Mundo



Vieram outros bonecos depois, que a educadora começou a levar para a escola, para discutir questões raciais com as crianças. “Quando a gente leva um brinquedo, a gente pode abordar essas questões por outro viés. O brincar pode humanizar o outro. Conto a história dos bonecos negros, como eles são incríveis e guerreiros – e as crianças começam a se identificar. Não quero falar da dor do racismo. Quero falar de potência”, afirma. A partir daí, passou a receber diversos pedidos de encomenda de novos bonecos – e surgiu, assim, a marca Era Uma Vez o Mundo. Nasceram os bonecos negros Dandara e Zambi, ambos batizados em referência à luta do líder quilombola Zumbi dos Palmares contra a escravidão negra no período colonial.

Após a estreia da loja virtual e o sucesso no Instagram, o negócio começou a tomar corpo, reunindo outros profissionais. Após um MBA de Gestão de Negócios, a empreendedora participou da aceleração Labora com o Instituto Ekloos e foi provocada a pensar estratégias para deslanchar. Foi durante esse processo que a Era Uma Vez o Mundo abriu sua primeira loja física, e se tornou a primeira loja física de bonecas negras no Brasil. O negócio também foi uma das iniciativas contempladas com recursos do programa do Labora. O valor foi investido para produzir um estoque de brinquedos e pagar a estratégia de marketing e o selo do Inmetro. “No fim das contas é um negócio e precisa ser rentável. Mas o que me mantém é a ética de desenvolver um negócio de impacto social”, diz.



# ERA UMA VEZ O MUNDO



Produz artesanalmente bonecas e bonecos negros, além de outros produtos educativos.



Promove a cultura e a humanização da pessoa negra por meio dos brinquedos.



Possui uma loja virtual e criou na cidade do Rio de Janeiro a primeira loja física de bonecas negras do Brasil. Também há pontos de venda parceiros no Rio e em São Paulo.



# ELAINE ROSA





## ELAINE ROSA...

e outras jovens também queriam despertar um novo olhar para mulheres negras. A partir de uma saga em busca de cremes para sua transição capilar, a produtora cultural idealizou a Feira Crespa, na Pavuna, bairro da Zona Norte. Desenvolvida na Agência de Redes para Juventude, que encoraja jovens moradores de favelas e periferias a realizar projetos, a primeira feira aconteceu em novembro de 2014 sob o signo do empoderamento feminino: empreendedoras negras protagonizaram o mercado, com produtos principalmente relacionados a moda e estilo.

Após a primeira edição, a matriz Rainha Crespa foi institucionalizada como empresa. “Passou 2014, 2015, 2016. Foi um ‘boom’ de feiras étnicas no Rio, um estímulo de políticas públicas e redes”, lembra Elaine. Em alta, elas ganharam editais, convites para participar de fóruns e reconhecimento da Secretaria de Cultura da cidade. Em 2016, levaram a estrutura ao Campo de Santana, no Centro do Rio, e passaram a ocupar outros territórios.

“A visibilidade que a feira deu para a Pavuna fez com que nós entendêssemos: ‘Olha, a gente tá realizando também. A gente não é só a última linha do metrô. A gente é o início do metrô, porque as pessoas acordam aqui e saem daqui pra lá.’ Foi um estímulo que tivemos para poder criar algo que marcasse nosso território perante a cidade. O intuito era fazer com que a Pavuna fosse olhada de uma outra forma a partir do que estamos criando e produzindo aqui”, define a produtora, que participou do segundo ciclo de aceleração, entre 2018 e 2019, a fim de moldar melhor o produto da Rainha Crespa.



“Olhando para trás, vemos que a feira não é só um ponto de troca ou de venda material. É um espaço de resistência, resiliência e fortalecimento, pois permite trocas subjetivas e de empoderamento, nos debates e nos desfiles”, pondera. No processo, elas passaram a compreender a dimensão do business e seu impacto social. “Mulheres pretas, que vieram da Pavuna, começaram um negócio e começaram a empreender. Isso representa muita coisa para quem está lá, gera outra perspectiva para o nosso território. É exatamente para a juventude que está lá que nós queremos dar perspectiva”, diz.

**A FEIRA NÃO É SÓ UM PONTO DE TROCA OU DE VENDA MATERIAL. É UM ESPAÇO DE RESISTÊNCIA, RESILIÊNCIA E FORTALECIMENTO, POIS PERMITE TROCAS SUBJETIVAS E DE EMPODERAMENTO.**

Elaine Rosa, empreendedora da Rainha Crespa



# RAINHA CRESPA



Produz feiras que comercializam produtos de empreendedores negros na cidade do Rio de Janeiro.



Além de disponibilizar espaço para vendas a um custo acessível, também promove capacitação dos empreendedores, a maioria mulheres.



A feira promove um circuito cultural, com debates e apresentações artísticas.





*Apesar dos desafios, negócios liderados por mulheres negras crescem e inovam para dar visibilidade e representatividade à cultura afrodescendente.*

Afroempreendedorismo ainda não está no dicionário, mas a palavra vem se fortalecendo cada vez mais: atualmente, os negros formam o maior contingente de empreendedores no Brasil (51%), segundo pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor [GEM], realizada pelo Sebrae com dados de 2017. Na última década, o número de pessoas negras à frente de empresas cresceu 27%. Essa evolução, entretanto, vem acompanhada por desafios no país.

Abrir uma conta bancária para pessoa jurídica é um deles. “Vá preparada para uma guerra, porque você não vai conseguir abrir com facilidade se for uma pessoa negra e, principalmente, se você for uma mulher negra”, critica Jaciana Melquiades, empreendedora da Era Uma Vez o Mundo. Na sua experiência, foi preciso bater à porta de vários bancos e agências





até encontrar uma gerente que lhe prestasse atendimento adequado. A saga simboliza as dificuldades de acesso a bancos e financiamentos, uma barreira significativa para saltar no início da jornada.

Segundo Jaciana, é uma questão de educar o olhar. “A gente não pode culpar uma criança que acha que pessoas negras são todas empregadas, pois ela não vê pessoas negras em outros lugares. Sem referências, a criança cresce racista. A gente precisa começar a entender que essa estrutura se instala à medida que a gente não muda a base. Então eu preciso apresentar às crianças a boneca negra advogada, médica, professora”, diz.

O impulso inicial para uma mulher negra empreender muitas vezes impacta na forma e no ritmo do desenvolvimento do negócio, avalia. Por exemplo, se o empreendimento surge para pagar os boletos no fim do mês, não sobra grana para reinvestir no negócio no mês seguinte. O processo é mais





demorado e desafiador, mas é movido por um propósito: mostrar a potência das mulheres negras. Esta é a linha que costura as bonecas da marca Era Uma Vez o Mundo: “A partir do brinquedo, ensinamos a crianças, negras e brancas, o que é a diferença. Brincamos e contamos histórias de pessoas que estão na luta antirracista. Conversamos sobre o cabelo crespo, a cor da pele e, no fim, o que é a negritude.”

Afroempreendedor é um empreendedor negro ou é um alguém que pensa negócios afrorreferenciados? Jaciana confessa que já vivenciou um dilema para responder essa questão. Por um lado, assinala ela, afroempreendedorismo se caracteriza pelos desafios que a pessoa negra que empreende vivencia para criar um negócio. Por outro, ao lançar um olhar para a característica dos negócios sociais dos empreendedores negros, muitos estão voltados para a valorização da cultura negra e para ampliar acessos da população negra.

As duas questões inspiraram Elaine Rosa, idealizadora da Feira Crespa e empreendedora da Rainha Crespa, negócio voltado ao empoderamento de mulheres negras, principalmente da periferia. “As primeiras empreendedoras negras foram as quituteiras na Praça XV, no Centro do Rio de Janeiro. Mas hoje nós lidamos com o ato de empreender com as questões do nosso tempo”, afirma Elaine. As edições da feira agregam arte, moda, rodas de conversa, produções culturais e socioeducativas lideradas majoritariamente por empreendedoras





negras. “A feira é um mercado com foco na população negra e, ao mesmo tempo, é uma oferta de mercado de trabalho para a juventude negra, juventude de periferia”, diz.

No passado, Elaine se concentrava na produção cultural e se via como alguém improvisando para sobreviver sem carteira assinada. Após a aceleração, ela se compreendeu como empresária e empreendedora social, ocupando outros espaços. E mobilizando novas empreendedoras: “Se elas não estiverem organizadas, não há motivo para a feira acontecer.”

Participar da rede de empreendedores de impacto social fomentada pelo Labora também tem significado para os empreendedores que participam das suas feiras, assim como jovens da periferia que passam a conhecer sua trajetória. Trabalhar no Lab Oi Futuro, espaço de coworking e experimentação artística disponibilizado para os residentes do Labora, foi um exemplo importante de mobilidade social. Segundo seu relato, possibilitou transformar o projeto de um território periférico em uma ponte para o diálogo entre a periferia e o Centro. “É essa coisa de girar a cidade, da Pavuna à Zona Sul.”





POR DENTRO DA ACELERAÇÃO



DEU O QUE PENSAR...

## PERSONALIZAÇÃO E OPORTUNIDADES DE TROCA

Um problema nem sempre é enfrentado da mesma forma pelas iniciativas aceleradas: cada uma irá percorrer sua trajetória em busca de uma solução sustentável, inovadora e de impacto positivo. Assim, ao longo das duas edições da aceleração em parceria com o Instituto Ekloos, a personalização das mentorias gerou resultados significativos com cada empreendedor. Além do uso de metodologias ágeis nas reuniões quinzenais, os empreendedores foram conectados a outros profissionais do ecossistema para inspirá-los na construção ou validação do seu novo modelo de atuação. Esses encontros de aprendizagem colaborativa são bem avaliados pelos acelerados, mas nem sempre é possível atender todas as demandas durante o percurso da aceleração. Com isso, a equipe do Labora ampliou a promoção de eventos formativos, inspiracionais e de networking para gerar oportunidades de novas conexões entre os empreendedores sociais do Rio de Janeiro. A ideia é que os acelerados pelo Labora possam aproveitar as atividades que acontecem no Lab Oi Futuro não apenas como convidados, mas também como protagonistas, seja promovendo um bate-papo, ensaiando com a banda no estúdio, gravando um disco ou lançando um novo produto ou serviço: o que vale é impulsionar a economia criativa do país.



**BERAP****CHRISTIAN TRINDADE  
E YAN MARQUES**

## FOI EXCELENTE PARA QUESTIONAR CERTEZAS

Nós passamos por muitas acelerações e pré-acelerações, desde a época em que só tínhamos uma ideia embrionária [sem site, nem nada]. Depois de adquirir conhecimento web, nós criamos juntos o aplicativo de batalhas de rima. Lançamos a primeira versão, fizemos ajustes para corrigir bugs e agora estamos na versão beta – há 600 instalações ativas no momento. Estamos sempre melhorando. Mas, até entrar no Labora, negligenciávamos a visão business. Tínhamos as ideias, sabíamos desenvolver, mas não dávamos a devida importância para a parte financeira, contábil e estratégica. Quando entramos na segunda edição do Impulso, tínhamos visto a possibilidade de retorno financeiro, mas o que mais agregou foram as mentorias quinzenais e o quanto aprendemos a montar uma planilha





e a tentar projetar valores. O lado estratégico nós aprendemos aqui, de verdade. Foi um salto para nós. Tivemos bastante confronto nas ideias, o que foi excelente para questionar muitas certezas. Um episódio foi marcante: o pitch para um investidor. Fomos super confiantes, já tínhamos feito muitos pitches e o cara era um investidor experiente. Mas, depois da apresentação, foram dez minutos de ‘porrada’. Aí paramos e pensamos: ‘Caramba, tem uma coisa realmente errada.’ Foi a primeira vez que alguém perguntou questões que não sabíamos responder. E aprendemos. No dia da apresentação final, para disputar a possibilidade de premiação do Oi Futuro, foi um desafio entendermos o que era prioridade, o que não conseguiríamos desenvolver por conta própria para alavancar o projeto da melhor maneira possível e impactar as pessoas. Discutimos, entendemos e fomos contemplados. E agora temos novos desafios pela frente.





## ERA UMA VEZ O MUNDO **JACIANA MELQUIADES**

# ESTÁVAMOS CRUS, MAS GANHAMOS CONDIÇÕES DE ANDAR

É assim a trajetória: começa lá na pessoa que nunca teve bonecas e termina na pessoa que tem um sonho de conseguir levar bonecas negras para várias lojas. Mas a primeira pergunta que me lançaram na mentoria foi: Para quem você vende boneca? E quem compra? Isso me fez parar e olhar, pela primeira vez, quem é que 'paga meus boletos'. Descobri que 70% eram brancos, e não meninas negras, como eu esperava. Quer dizer, para quem você quer vender não é necessariamente quem compra. Então fui provocada a enfrentar a realidade: a boneca é cara [custa R\$ 80], pois o material é caro, e vou precisar vender muito até conseguir reduzir o custo e, depois, conseguir chegar na menina negra. Precisei ser estratégica: agora a boneca está em uma loja colaborativa no Shopping





da Gávea, na Zona Sul do Rio, porque lá vende. O processo de aceleração botou meu pé no chão. Entre os 20 projetos acelerados, nós fomos um dos escolhidos para receber recursos, investidos em produzir um estoque de brinquedos, na estratégia de marketing e no selo do Inmetro. Estávamos muito crus ainda, e a aceleração conseguiu nos transformar em um negócio com condições de andar. Saímos de um estágio de zero vendas para uma loja física funcionando. Hoje, consigo olhar para meu negócio e pensar como ele cresce, como ele escala e vai para o alto. No fim, não é uma questão de preço, é uma questão de valor. É sobre educar o olhar. Que tipo de pessoa você quer ser? Em quem você está se espelhando? Enquanto você tiver um espelho branco, você não vai ver valor nas produções das pessoas negras.





**RAINHA CRESPA**  
**ELAINE ROSA**

## NEM SEMPRE O DINHEIRO É O PRINCIPAL

Território era tudo. Inicialmente, não tínhamos conceito. Queríamos reunir tudo de moda e estética negra num lugar só, e aí entendemos que precisávamos conceituar, precisávamos organizar, e os empreendedores também. Nós nunca tínhamos feito pitch. Nós passamos por muitas bancas, treinando para vender o que estávamos fazendo. Mas a experiência do pitch foi muito diferente. Ficamos nervosos e tensos – e frustrados por termos recebido zero reais, mas, no fundo, entendemos que o impulso que precisávamos aprimorar não era financeiro, mas relacionado à gestão. Nem sempre o dinheiro é o principal. A proposta do edital era: ‘De qual impulso você precisa para o seu negócio?’ Para nós, realmente não era o recurso financeiro. A gente evoluiu muito. A gente se viu





mudando nesse processo de aceleração. Nós entendemos que não éramos só produtoras, mas empreendedoras. Nessa condição, temos outra visão do negócio. Foi essa a mudança: a gente se entendeu não só como um projeto social, mas um negócio, que precisa continuar girando, e não ficar esperando editais ou políticas públicas. Nas primeiras reuniões, identificamos que a Rainha é a empresa guarda-chuva e o principal produto é a Feira Crespa, e nele devemos focar. Validamos, então, um modelo de negócio. A feira deve acontecer duas vezes ao mês, no mínimo, com uma circulação média de 500 pessoas, contando com 15 empreendedores no mínimo e 20 no máximo. O mais importante é a economia estar girando em torno das mulheres negras. As empreendedoras conseguindo se manter a partir dos seus negócios, e a feira ali como um meio.







ACELERAÇÃO 4



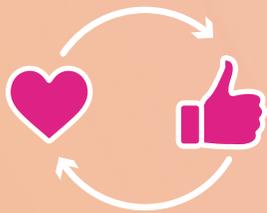
# PROVOCANDO O MERCADO PARA GERAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

LABORA + STARTUP FARM

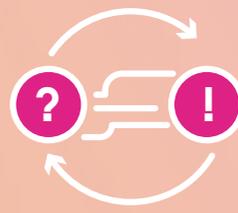
☰ SUMÁRIO



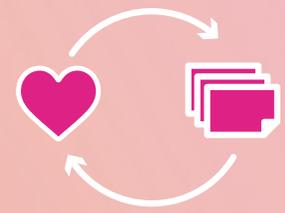
Acelerar é mais do que desenvolver todas as potencialidades do empreendedor e de seu negócio. Acelerar é escutar a realidade de cada empreendedor, é conectar pessoas, é misturar conhecimentos! Foi essa a proposta do programa Ahead Labora Oi Futuro, uma parceria entre o Oi Futuro e a Startup Farm que remixou a realidade de dois mundos: de um lado, a Startup Farm trazendo toda a sua expertise do universo business. Do outro, a rede de impacto social consolidada pelo Labora. Neste ciclo de aceleração, os participantes mergulharam em uma experiência imersiva para:



Promover um maior impacto social.



Construir as hipóteses e validar o modelo de negócio com agilidade, fazendo ajustes de rota em menor tempo.



Articular os conceitos e ferramentas do universo business aos negócios de impacto social, de modo a garantir transformação e sustentabilidade financeira.





ORGANIZAÇÃO PARCEIRA

## STARTUP FARM

Foi reconhecida como a melhor aceleradora do país pelo Startup Awards 2017, organizado pela Associação Brasileira de Startups (ABStartups). A Startup Farm já acelerou mais de 300 startups, que captaram mais de US\$ 100 milhões em investimentos e possuem valor de mercado agregado superior a US\$ 1 bilhão. Ao posicionar o empreendedor como eixo central de sua atuação, a aceleradora oferece acesso a uma ampla rede de mentores e facilitadores, além de seus parceiros institucionais, acadêmicos, empresas e investidores. Essa forma de atuação já produziu cases de sucesso como Vérios, Collact, Grão Direto, RankMyApp, EasyTaxi, Worldpackers, Social Miner, InfoPrice, Hoobox Robotics e Netshow.me.



<https://startup.farm/>



# 12 MESES, 344 HORAS:

o Lab Oi Futuro foi a residência de 19 empreendedores de impacto

*Desenhado em três fases com 12 meses de duração, as cinco primeiras semanas se destacaram com uma carga horária intensa de conteúdos, mentorias, bate-papos e bancas de pitching. Durante esse período, mais de 50 empresas compartilharam sua expertise com os acelerados.*

# 1

## Que problema o seu negócio quer resolver?

Discussões sobre o propósito de cada negócio, a formação das equipes e a identificação do público-alvo.

# 2

## Qual o valor do negócio?

Facilitações sobre proposta de valor, bate-papo sobre MVP e conteúdo sobre negócios de impacto social.

# 3

## O modelo de negócio realmente funciona?

Foco nos temas financeiros, incluindo captação de investimento, precificação, parcerias e apresentação das metas e dos indicadores dos ODS.

# 4

## Como vou chegar aos clientes?

Foco nos caminhos para entrar no mercado a partir de conteúdos sobre vendas, concorrência, economia circular e comunicação para impacto.



## Como atrair investidores?

Discussões sobre tipos de investidores, fundos de investimento, certificação de empresas pelo Sistema B e teoria da mudança.

5

## Captação

Na última fase do programa, a equipe da Startup Farm acompanha a modelagem financeira e necessidades de capital das startups participantes.

7

6

## Vendas, novos clientes e parceiros

Durante a segunda fase, os empreendedores tiveram cinco semanas de formação à distância e mentorias com a equipe de especialistas externos e da Startup Farm. Os acelerados precisaram cumprir metas de vendas para atrair novos clientes e parceiros no mercado.

8

## Experiência Labora + Startup Farm

Evento de encerramento aberto ao público com três dias de experimentações no Lab Oi Futuro com falas inspiracionais, atividades mão na massa, mentorias, meetup e banca de pitching final dos acelerados.

DNA ACELERAÇÃO: LABORA + STARTUP FARM





QUEM PARTICIPOU



## EMPODERA

Startup de RH cujo propósito é promover diversidade e preparar empresas na jornada de mudança para uma cultura inclusiva.

## SILICON BALI

Conecta jovens profissionais a empresas no exterior que querem investir em um quadro qualificado e com diversidade cultural.

## WORKAY

Solução completa de pequenas e médias reformas. Também capacita a mão de obra, com foco na inserção feminina na construção civil.

## MAWON

Hub intercultural que apoia migrantes em seu novo país, possibilitando sua inclusão na sociedade de forma ágil, fácil e segura.

## VETGUARD

Garante atendimento veterinário domiciliar e, ao mesmo tempo, apoia ações para diminuir os pets em situação de abandono por meio de subcrédito cruzado.

Saiba mais sobre empreendedores acelerados:



<https://oifuturo.org.br/programas/labora/>

# MÉLANIE MONTINARD



## MÉLANIE MONTINARD...

desembarcou no Brasil no fim de 2010, ano em que um terremoto de alta magnitude destruiu sua casa, devastou cidades e deixou mais de 300 mil mortos no Haiti. Nascida na França, Mélanie vivia na ilha caribenha desde 2005, trabalhando em um projeto de cooperação internacional das Nações Unidas. Passadas as festas de dezembro em solo brasileiro, a advogada decidiu se instalar definitivamente no Rio de Janeiro, ao lado do marido, o músico Robert Montinard, que se tornaria o primeiro imigrante haitiano legalizado no país pela Resolução Normativa do Conselho Nacional de Imigração de 2015. Imigrar, porém, não foi o final feliz da história do casal. Foi só o início.

Na condição de imigrantes, a advogada e o músico viram de perto os obstáculos burocráticos para regularizar a documentação e obter o visto permanente no Brasil. “Uma jornada longa, caótica e cara”, nas palavras de Mélanie, que é mestre em Direito Internacional e doutora em Antropologia. A experiência pessoal e a expertise em direitos humanos inspiraram o casal a fundar a Mawon, hub intercultural de serviços a imigrantes que desde 2012 já apoiou mais de 4.500 pessoas. Com esse perfil, foi uma das participantes do quarto ciclo de aceleração do programa Labora.

O termo mawon, da língua haitiana creole, faz referência à fuga de escravos durante o período colonial. Para Mélanie, reflete a resistência e a resiliência necessárias a quem vive um processo migratório, ultrapassando barreiras e se integrando a outras culturas. Assim, a Mawon desabrochou como causa, instituída como organização não governamental com foco na imigração haitiana até 2016. Os Montinard articularam aulas de português, ações de

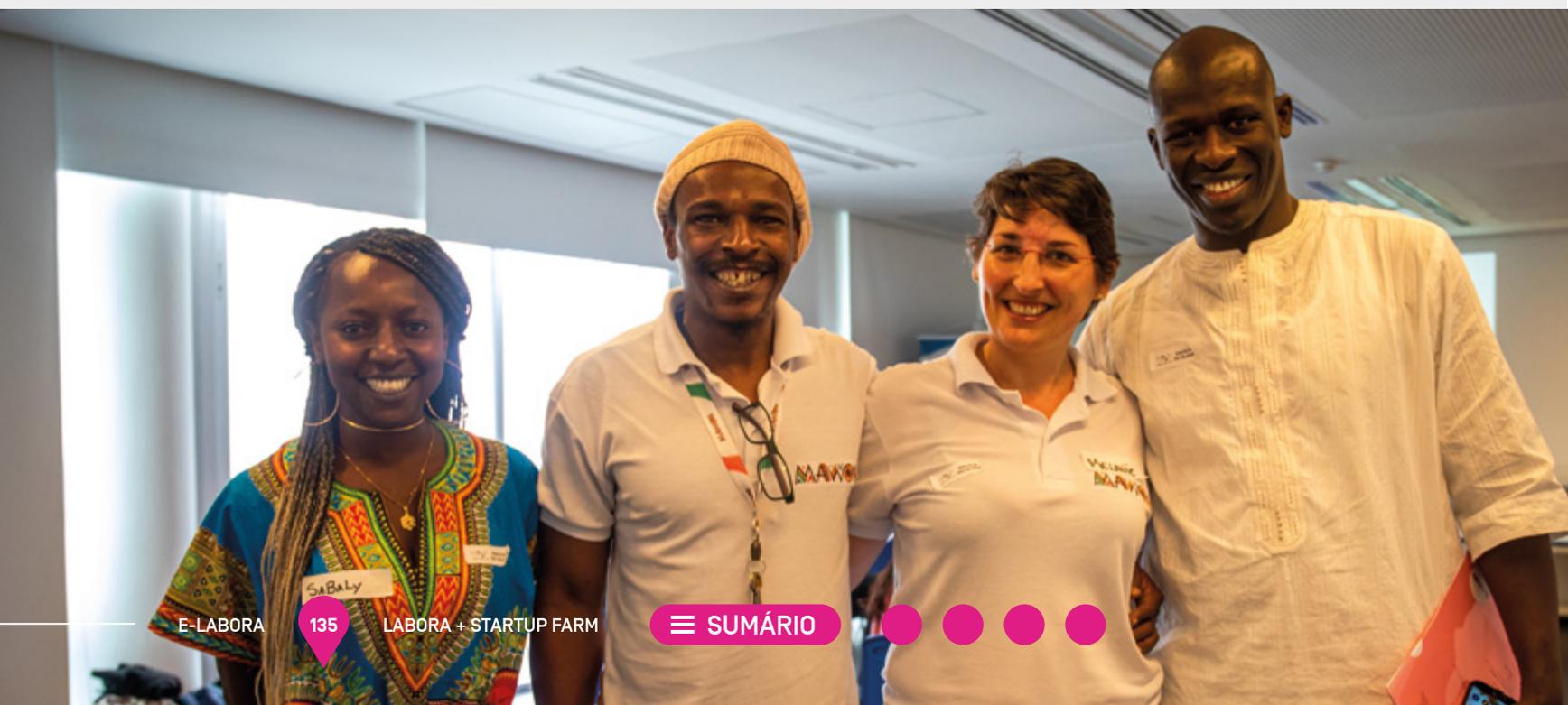


## EMPREENDER É GINGAR O TEMPO TODO PARA ENCONTRAR SOLUÇÕES DIANTE DE RISCOS E CONFLITOS, PARA FAZER AS COISAS ACONTECEREM.

Mélanie Montinard,  
empreendedora da Mawon

integração cultural e apoio jurídico para questões trabalhistas de estrangeiros no território brasileiro. “Ninguém nasce ‘ilegal’. Todos nascem com o direito de viver, circular e se mover. A circulação das pessoas promove a circulação de conhecimentos, investimentos, tecnologias. Não podemos ter fronteiras nem simbólicas nem físicas”, defende a empreendedora.

A partir de 2017, a Mawon abraçou imigrantes de outras nacionalidades, dialogando com autoridades brasileiras, organizações humanitárias como a Cáritas e instituições internacionais como o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados. Acabou, então, se desdobrando em duas instituições casadas: uma associação, dirigida por Robert, e a empresa social, liderada por Mélanie. “Empreender é gingar o tempo todo para encontrar soluções diante de riscos e conflitos, para fazer as coisas acontecerem. Empreender implica inovar e gerar impacto real”, ela define.





Presta serviços para facilitação dos trâmites de legalização de documentação para migrantes.



Oferece também aos migrantes cursos de línguas e promove ações de integração social e cultural.



Desenvolve ações de formação de migrantes para empreendedorismo e geração de renda.

# MAWON



# JULIANA BRITO



## JULIANA BRITO...

é outra que encontrou no impacto social a motivação para empreender. Em 2017, durante um momento de questionamento de sua atuação profissional, a engenheira fez uma descoberta inquietante: só no Rio de Janeiro vivem cerca de 5 mil mulheres com formação na área de construção civil, porém sem experiência prática – logo, estão apartadas do mercado de trabalho. “Tomei a dor delas como minha dor, já que uma mulher na engenharia nem sempre é bem recebida. E foi assim que levantei essa causa”, conta.

Estava ali a semente para a Workay, que também integrou este ciclo de aceleração. Liderada por Juliana Brito e seus sócios (e amigos de infância), o diretor de marketing Patrick Benayon Magno Pinto e o diretor jurídico Denys Dorf, a empresa se propõe a atuar como um mestre de obras virtual, administrando reformas e construções e indicando prestadores de serviço, como pintores, pedreiros e marceneiros – e, claro, pintoras, pedreiras e marceneiras. Atualmente, 40% dos profissionais cadastrados na plataforma são mulheres e, segundo a empreendedora, a ideia é equilibrar a balança.

É uma tendência de mercado: a presença feminina nos canteiros de obras aumentou 65% na última década, segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego. Entretanto, elas ainda correspondem a 12% do setor apenas. De acordo com o diagnóstico da empreendedora, enquanto um homem costuma aprender o ofício sendo ajudante de outros homens da família, a mulher faz cursos



– mas não é aceita como ajudante. Além disso, por aprenderem um pouco de cada serviço, os homens conseguiriam mais facilmente atuar como autônomos e pegar trabalhos maiores. Já as mulheres tendem à especialização e, para adquirirem experiência de obra, dependeriam mais de um emprego em uma construtora.

## UMA MULHER NA ENGENHARIA NEM SEMPRE É BEM RECEBIDA. E FOI ASSIM QUE LEVANTEI ESSA CAUSA.

Juliana Brito,  
empreendedora da Workay

Empoderar os trabalhadores da construção civil é, portanto, ainda mais inovador no caso das mulheres. Razão pela qual Juliana e seus sócios optaram por oferecer a elas capacitação técnica, adicional e gratuita, incluindo introdução a finanças e marketing. Assim, as mulheres aprendem a valorizar o próprio serviço e a pedir um preço justo por ele. “Nos Estados Unidos e na Europa, profissões na construção

civil são muito valorizadas. No Brasil, ainda há certo preconceito: um pedreiro é muitas vezes visto como mal remunerado e não comprometido com prazos. Mas há pedreiros que faturam cerca de R\$ 6 mil por mês com a Workay”, diz a engenheira.





Solução completa de pequenas e médias reformas, atuando em alguns bairros do Rio de Janeiro: Zona Sul, Barra, Centro, Tijuca, Vila Isabel e Méier.



Inserir mulheres no ramo da construção civil, capacitando profissionais como pintoras, eletricitas e pedreiras.



Funciona em sistema de comissionamento, cobrando um percentual sobre o orçamento total da obra, que é fechado via plataforma. Já realizou 250 serviços, movimentando mais de 1 milhão de reais.

# WORKKAY





## DEU O QUE PENSAR...

# VANTAGENS E DESAFIOS DO PROCESSO INTENSIVO

Ao longo da jornada de aceleração, os empreendedores participaram de uma dinâmica intensiva, carregada de atividades formativas e práticas. Cumprir as entregas semanais de produção exigiu bastante dedicação, uma vez que o tempo da aceleração foi dividido entre absorver o conteúdo e prospectar clientes. Por outro lado, a intensificação de atividades e tomadas de decisão permitiu agilidade no teste e na validação das soluções. A conclusão é que a carga de tarefas na aceleração é bem-vinda, desde que combinada com momentos de pausa para que o empreendedor possa revisar a sua estratégia de atuação, realizar ajustes e avaliar os resultados.

## EQUIPE QUE SE COMPLEMENTA VAI ALÉM

A jornada trouxe reflexões sobre a composição das equipes de empreendedores. Um time avança com mais facilidade ao longo do processo de aceleração quando os perfis dos profissionais se completam. A multidisciplinaridade aumenta a chance de antever problemas, enxergar oportunidades de inovação e implementar mudanças com agilidade. Em outras palavras, é o que dá fôlego para alavancar e garante a própria sustentabilidade do negócio.



**MAWON****MÉLANIE MONTINARD**

## ESTÁVAMOS TESTANDO O PRODUTO SEM SABER

A aceleração foi um processo provocativo e desafiador. Não sabia nada do mundo corporativo. Confesso que não gostava da linguagem e não me identificava como empreendedora social. Mas eu sempre estivera sob o fomento de instituições maiores e queria autonomia e sustentabilidade ao arriscar com a Mawon. Lembro até hoje que, no primeiro dia, a equipe do Labora e da Startup Farm adiantou: 'Este programa é para você se abrir, é possível ser crítico, mas também é possível ter humildade para receber críticas e crescer.' Escolhi crescer e mergulhei na experiência. Assim se passaram semanas, sempre muito puxadas, como um MBA de Negócios. A cada pitching eu notava o potencial do meu negócio. Ia identificando o que define o meu negócio, o meu produto. Eu





... tinha experiência com questões relacionadas a imigração e expertise no acompanhamento de trâmites migratórios, ajudando cerca de 120 pessoas por mês em troca de um valor simbólico. Mas só então eu descobri que esse serviço é o meu produto. Na verdade, na Mawon estávamos testando um produto sem saber. Com a aceleração, conseguimos compreender as qualificações que já tínhamos. No meu caso, fui percebendo que ao longo de toda a minha vida profissional eu já tinha gerido negócios com alto valor de recursos, risco e equipes grandes. Quando reconheci minhas competências, pude identificar oportunidades para aprimorá-las, valorizando a organização como um todo. Ao identificar o produto, também conseguimos calcular custos, mapear clientes e pensar em preços. Ao final, fui capaz de me afirmar como empreendedora, sim, e a expressão agora sai da minha boca naturalmente. Acreditar no trabalho é essencial para empreender. O próximo passo, agora, é aprimorar a comunicação como negócio de impacto social.



**WORKAY****JULIANA BRITO**

## NOVAS CONEXÕES PARA ABRIR NOVAS PORTAS

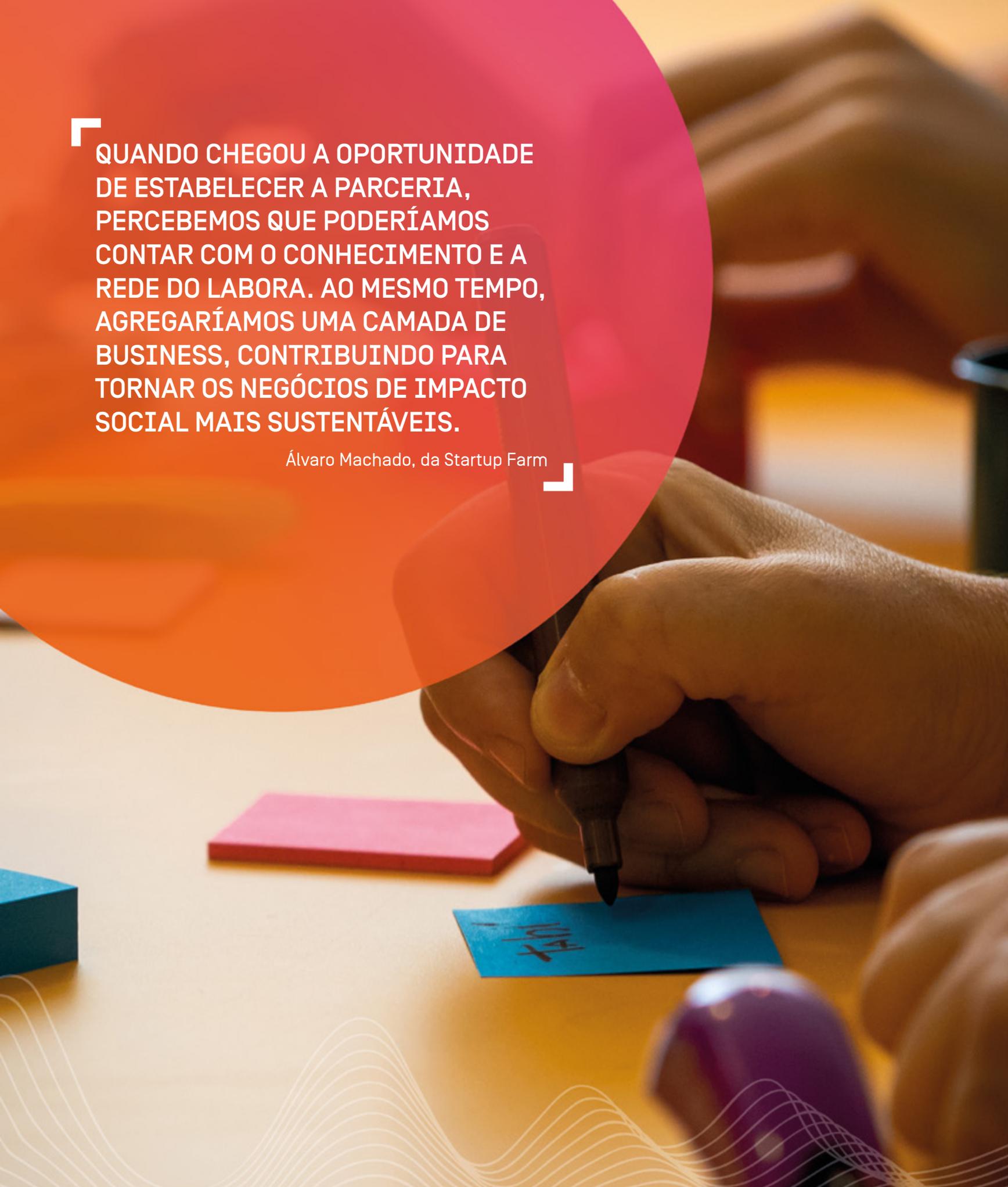
Foi uma meta ousada: ao iniciar o ciclo de aceleração, meus sócios e eu determinamos que, no prazo de três meses, deveríamos atingir o número de vendas que a Workay tinha feito ao longo de toda a sua existência, isto é, desde 2017. E nós conseguimos! A experiência foi decisiva para testar o potencial do nosso negócio na prática, principalmente porque aderimos ao programa cientes de que precisávamos estabelecer conexões e experimentar novos canais de venda. A aceleração nos permitiu integrar a lista de empreendedores da Startup Farm, um reconhecimento que é como um selo de qualidade para o negócio, abrindo portas para contato com instituições, empresas e empreendedores. Fechamos parcerias excelentes, por exemplo, com a ONG CEDAPS, uma articulação possibilitada pelo Labora: mulheres formadas pelo





projeto Jovens Construtores, na área de construção civil, passaram a participar do programa de qualificação da Workay. Networking, aliás, é fundamental. Dentro da Workay, nós promovemos um encontro de tempos em tempos, um café da manhã para troca de experiências e histórias de sucesso entre os profissionais, o que acaba formando um ciclo de empoderamento. Já tínhamos participado de outras acelerações, mas essa jornada incluiu vários conhecimentos inéditos, como a mentoria em negociação. O que aprendi estou levando para a vida. Agora vamos continuar a trabalhar para promover uma mudança cultural no mercado da construção civil.





QUANDO CHEGOU A OPORTUNIDADE DE ESTABELECEER A PARCERIA, PERCEBEMOS QUE PODERÍAMOS CONTAR COM O CONHECIMENTO E A REDE DO LABORA. AO MESMO TEMPO, AGREGARÍAMOS UMA CAMADA DE BUSINESS, CONTRIBUINDO PARA TORNAR OS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL MAIS SUSTENTÁVEIS.

Álvaro Machado, da Startup Farm



PRECISAMOS FALAR SOBRE...



# EMPREENDEDORISMO FEMININO

*Empreendedorismo pode ser uma das formas de empoderamento feminino. Apesar de as empreendedoras ganharem cada vez mais força no mercado, ainda enfrentam dificuldades, como para atrair investimentos.*

Ser empreendedor em um país como o Brasil traz diversos desafios. Ser empreendedora, mais desafios ainda. Mélanie Montinard, da Mawon, além de mulher é imigrante. E segundo ela, ser francesa é um fator a mais no momento de se apresentar. “Apesar disso, o desafio que vivencio não é muito diferente do de qualquer mulher empreendedora no país. Temos que nos esforçar duas vezes mais que um homem para comprovar nossa capacidade”, afirma.





Juliana Brito, da Workay, nunca vivenciou uma situação explícita de discriminação por ser mulher. “São sempre situações veladas. Às vezes, imagino que não é intencional, mas minha experiência me mostrou que ser uma mulher me traz mais desafios. Não teria a mesma dificuldade de acessar investimentos se fosse um homem à frente do negócio – o que deve acontecer pela mesma razão de cargos de gestão não serem oferecidos às mulheres dentro das empresas. Há um preconceito”, diz.

De acordo com o levantamento mundial Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018, que é realizado em parceria com o Sebrae no caso do Brasil, as mulheres foram responsáveis por mais da metade dos novos negócios abertos [51%]. Elas são mais escolarizadas que os homens empreendedores e atuam, principalmente, no setor de serviços. O índice de empreendedorismo feminino aumentou 6,6%, isto é, elas estão em alta.

“Para me afirmar como empreendedora eu precisei colocar mais em evidência a minha capacidade técnica. A profissionalização foi um caminho de superação que me ajudou a conquistar o meu lugar. O mais importante foi mostrar que eu não vendo apenas uma prestação de serviços que soluciona o problema de pessoas, eu vendo também a minha experiência”, diz Mélanie.





Entretanto, ainda há barreiras para romper a desigualdade de gênero no mundo dos negócios. “Mesmo se os números de um negócio estiverem jogando a favor, algo afasta os investidores. Por exemplo, tenho um negócio que cresce mais de 400% ao ano, o que é muito bom em qualquer estatística de empresa. Mas até então não consegui um investidor. Ninguém justificou que não quis investir na empresa por ter uma mulher à frente dela. Eles não dizem, mas pensam que um negócio gerido por uma mulher pode ter mais fragilidades. Um fato é que os investidores, em sua maioria, são homens brancos, acima de 40 anos”, diz Juliana. De fato, de acordo com o levantamento da Venture Women Brasil 2018, a presença feminina nas gestões de venture capital [capital de investimento] é de 14%, ante 86% da atuação masculina.

“Estou certa de que não é por questões objetivas que o dinheiro e as oportunidades não chegam para as mulheres. E também tenho certeza de que se os ventures capitals investissem em homens e mulheres igualmente eles estariam lucrando mais. O recurso existe, mas ele não chega a todos que querem gerar impacto social com os seus negócios. De certa forma está sempre na mão das mesmas pessoas”, critica Juliana.





Investimentos distintos levam a desenvolvimentos desiguais: menos de 10% das empresas lideradas por mulheres recebe investimento externo [segundo a Venture Women Brasil 2018]. Assim, apenas uma pequena parcela das organizações lideradas por mulheres atinge o patamar de alto impacto – nos Estados Unidos, por exemplo, são apenas 2% de empresas de mais de US\$ 1 milhão lideradas por mulheres, segundo o levantamento Global Entrepreneurship Monitor.

Além da questão empresarial e da autonomia financeira, o empreendedorismo feminino é um instrumento de transformação social, o que inclui ações para dar visibilidade a causas associadas às mulheres, como inclusão e igualdade de gênero no mercado de trabalho. Na Workay, Juliana decidiu tomar a causa das mulheres em uma área tradicionalmente dominada pela presença masculina: a construção civil. “Nosso trabalho agora é muito mais focado na inserção da mulher no mercado de trabalho, em levá-la direto para a obra. São mulheres supertrabalhadoras que podem se tornar profissionais autônomas com tudo o que uma profissional autônoma precisa, inclusive oportunidade”, define.





# COCRIANDO

# EXPERIÊNCIAS, COMPARTILHANDO HISTÓRIAS

*Ao longo dos quatro ciclos de aceleração promovidos pelo Labora, entre 2017 e 2019, os participantes compartilharam seus conhecimentos e foram inspirados a pensar o futuro dos seus negócios. Ao mesmo tempo, os empreendedores provocaram a equipe do Labora com reflexões, novas perspectivas e muita criatividade.*





## • ATITUDE EMPREENDEDORA

*O que passa na cabeça de quem deseja se tornar um empreendedor? Investigamos as razões mais comuns que levaram à criação de negócios de impacto social*

Questionar o propósito da vida, a desigualdade social, o desemprego ou a busca por realização pessoal e profissional estão na origem de vários negócios de impacto social. “Um dia falei: ‘Chega! Deu!’ E saí de Bauru para morar em São Paulo. Mas para fazer o quê? Eu não fazia ideia, só sabia que tinha de ir”, conta Rodrigo Guimarães, empreendedor do Spindow. Após fechar uma escola de idiomas, ele se abriu para novas experiências e acabou encontrando nos conhecimentos adquiridos como professor de inglês a inspiração para seu negócio: um método de ensino multissensorial de línguas estrangeiras, que ajuda principalmente pessoas com dificuldades de aprendizado.

Sentir na pele um problema também é um dos caminhos mais frequentes para aderir a uma causa transformadora e de impacto. Apesar das dificuldades



financeiras de sua família, o empreendedor Robson Melo, da Estante Mágica, cresceu cercado por livros, volumes e mais volumes que o avô marceneiro ganhava de presente por reformar estantes. “Isso foi essencial para minha formação”, afirma Robson, que se tornou um leitor incansável, estudou e virou exemplo de mobilidade social. Seus pais, que não concluíram o ensino fundamental, não tiveram as mesmas oportunidades. Esta é uma das justificativas para o empreendedor conceber um negócio que estimula crianças de escolas públicas e privadas a ler e a escrever histórias.

Outras vezes, tudo o que se tem é vontade. Foi o caso de Priscila Gama, da Malalai. “Quando falta o dinheiro, o conhecimento técnico te ajuda a avançar. Mas nós não tínhamos nem um nem outro”, relata. Era a vontade de mudar o mundo, com disposição de arregaçar as mangas e realizar. A empreendedora precisou permanecer firme em seu propósito de desenvolver um aplicativo que torna mais seguros os deslocamentos das mulheres nos centros urbanos, pois não faltou quem quisesse convencê-la de que aquilo não era um negócio. Quando começava a perder as esperanças, o ciclo do Labora veio como um “tapinha nas costas”, segundo sua expressão, aquele empurrãozinho para incentivar a aceleração de seu negócio.

Enquanto Priscila partiu do zero, outros empreendedores acelerados pelo Labora encontraram fomento financeiro e técnico junto ao poder público ou instituições privadas. Nesses alicerces, eles vivenciaram uma espécie de incubação informal e puderam construir projetos e ações sociais. Em busca de autonomia e aumento do campo de ação,





converteram-se em empreendimentos sociais. Foi o que aconteceu com a Rainha Crespa, de Elaine Rosa, que realiza a Feira Crespa, evento gratuito voltado à valorização da cultura negra. Durante três anos, a Rainha Crespa se valeu principalmente de editais públicos de incentivo à cultura para viabilizar suas ações, até que essa forma de financiamento não funcionou mais, para desassossego da empreendedora. “Com o desafio de sobreviver, o jeito foi mudar o modelo e amadurecer nossa forma de atuação para nos tornarmos autossustentáveis.”

Assim como Elaine, muitos iniciam sua jornada empreendedora sem saber ao certo aonde querem chegar. Aliás, só se enxergam como criadores de um negócio de impacto social alguns anos depois. Por isso os empreendedores valorizam tanto o processo de aceleração. Só assim, eles dizem, conseguiram reconhecer o próprio valor. Muitos se questionavam se são ou não negócios de impacto social - eles são, só precisavam de um espelho novo para enxergar o potencial de suas iniciativas para a transformação social.





## DE EMPREENDEDOR PARA EMPREENDEDOR

*Os empreendedores têm aquela sabedoria que vem da prática, dos erros e acertos cometidos, mas também dos valores essenciais para que o modelo de negócio se concretize e seja fiel ao que se propõe. Afinal, empreender é um processo de transpiração [trabalho, investimento, gestão financeira] e muita inspiração [propósito]. Confira dez aprendizados dos acelerados do Labora:*

1

### SEJA VERDADEIRO

Discurso e ação precisam ser convergentes. Para Fernando Senna, da Orbita, se essa premissa vale para todo tipo de negócio, é muito mais decisiva para o ecossistema de empreendimentos de impacto social, que ainda está em formação. A falta de verdade, opina o empreendedor, pode destruir o setor: “Esse é um cuidado especial que deve ser tomado pelos programas de aceleração, seja pelos parceiros, seja pelos empreendedores.”



A hand is shown holding a red rectangular box. The background is a warm, orange-toned gradient. The number '2' is displayed in a white circle on a red teardrop shape to the left of the text.

2

## SEM SENSACIONALISMO

“Hoje afirmo que meu negócio é de impacto social, mas sem sensacionalismo.” Assim Mélanie Montinard fala sobre a dimensão social de sua empresa, a Mawon, que apoia imigrantes no Brasil. Ela defende que o impacto social seja medido de forma realista, sem excessos idealistas. Também para Elaine Rosa, da Rainha Crespa, o desafio é ser mais prático que emotivo. “A gente está aprendendo a ter foco e meta, sem abrir mão da nossa essência”, diz.

3

## SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA É ESSENCIAL

No afã de alcançar resultados de impacto social mais rapidamente, há quem negligencie a questão financeira. “Tenho custo alto de produção e estava vendendo meu produto abaixo do preço para viabilizar o consumo, mas não estava nem pagando meus boletos. Aprendi que, primeiro, era preciso mudar a estratégia”, diz Jaciana Melquiades, da Era Uma Vez o Mundo. Ter processos eficientes, planos inteligentes e geração de lucro é a equação ideal. “Utilizamos bem nossos recursos, pois precisamos deles para continuar gerando impacto e garantir a sustentabilidade do negócio”, afirma Robson Melo, da Estante Mágica.

4

## SAIBA SOMAR COMPETÊNCIAS E IDEIAS NA EQUIPE

Antes de chegar ao Labora, Priscila Gama, da Malalai, participou de uma pré-aceleração, mas não aproveitou a experiência como gostaria. “Chegamos ao fim do ciclo sem produto, pois não tínhamos um programador no time”, lembra. “Agora, meu sócio aprendeu a criar aplicativos para fazer o nosso no prazo de um ano.” Quando as competências se complementam, o negócio ganha. Já Juliana Brito, da Workay, conta que ela e seu primeiro sócio tinham um ideal comum, mas a sociedade não deu certo pois eles tinham objetivos distintos. “Eu tinha a expectativa de criar uma gigante da América Latina e ele queria um negócio de



bairro”, diz. Na sociedade atual, ela conseguiu unir as duas pontas: competências e ideais.

5

## SEMPRE OUÇA O CLIENTE

Não há espaço para “achismos” nos negócios. Observe o comportamento das pessoas, converse com quem compra seu produto ou usa seu serviço. Converse também com quem poderia ser seu cliente, mas não é [ainda]. “Como resultado do Labora, decidimos ouvir o usuário. Descobrimos equívocos e pontos que não estavam funcionando muito bem. Muito empreendedor evita ouvir o usuário pelo receio de perceber que está fazendo tudo errado e precisar recomeçar”, diz Priscila Gama, da Malalai.

6

## DESISTIR? NUNCA!

“Não há nenhum empreendedor com quem eu converse que não demonstre resiliência. Se não for resiliente, o negócio morre rápido”, comenta Fernando Senna, da Orbita. Acreditar naquilo que se está criando é fundamental para encarar o faz, desfaz, pivota,





faz de novo, muda, corrige... Além de acreditar, é preciso estar aberto a se reinventar. “Eu já fazia isso, já gingava em uma escala micro na minha vida pessoal e na vida profissional anterior. Então, com o negócio, percebi que precisava escalar essa capacidade”, comenta Mélanie Montinard, da Mawon.

7

## NÃO PERCA O PROPÓSITO SOCIAL DE VISTA

Ter visão clara sobre o impacto social que se quer gerar é determinante, uma forma de evitar que a dinâmica de trabalho reduza a motivação e o feeling do empreendedor, na avaliação de Priscila Gama, da Malalai. “É preciso ter cuidado para não acreditar que é o ecossistema social que dita as regras: não é porque um empreendedor recebeu um não que ele vai precisar matar seu negócio.” Às vezes, empreendedores passam por muitos não até encontrar o esperado sim.

8

## MENTE ABERTA PARA NOVOS CONHECIMENTOS

Adquirir novos conhecimentos é parte relevante de processos de aceleração, pois ferramentas de gestão ajudam a modelar um negócio, testá-lo e mantê-lo funcionando bem. “Tínhamos que dominar esses assuntos. Os investidores querem ver números, afinal”, afirma Yan Marques, do beRap. No balanço de sua experiência no Labora, os empreendedores concluem que dedicar um tempo a aprender aquilo que não se quer é essencial para alcançar o que se deseja.

9

## BUSQUE NOVAS ALTERNATIVAS PARA ALCANÇAR SEU PROPÓSITO

Segundo os próprios empreendedores, é comum a tentação de pular etapas, tentando saltar diretamente para os resultados sonhados. Mas, para alcançar a meta, às vezes é preciso buscar



novos caminhos. Robson Melo, da Estante Mágica, conta que, para impactar o ensino público com seu projeto de incentivo à leitura, antes entendeu que era preciso priorizar o universo das escolas particulares para ter sustentabilidade e idealizar uma solução mais acessível. Já Fernando Senna, da Orbita, quer que sua plataforma de compartilhamento de energia solar alcance as pessoas físicas em grandes centros urbanos, mas precisou dar um passo atrás e agora considera que seja mais factível atingir primeiramente as empresas. Ele acredita que esta é uma curva necessária para conseguir criar uma solução viável para impactar outros públicos que também deseja alcançar.



## REDES DE APOIO

Compartilhar experiências, trocar informações, contribuir com o projeto do outro, apoiar – os empreendedores acelerados garantem que o melhor do programa do Labora foi formar redes permeadas por essas conexões. “Os encontros diversos com todo tipo de pessoa, com todo tipo de negócio, oxigenam seu próprio negócio”, aponta Jaciana Melquiades, da Era Uma Vez o Mundo. Para quem é empreendedor social, a rede de apoio funciona ainda melhor quando todos têm negócios de impacto social, lembra Rodrigo Guimarães, do Spindow: “É um grande diferencial estar com pares que estão atuando para um propósito em que eles acreditam.”





## 4 APRENDIZADOS QUE MUDARAM OS RUMOS DO LABORA

*Qual o impacto de uma aceleração na trajetória de um empreendedor? Qual o peso da participação deles na construção do programa? As experimentações desse laboratório de acelerações, aliadas à diversidade cultural e social dos empreendedores, catalisaram novas ideias. Algumas delas se tornaram bússolas para a criação de estratégias para acelerações promovidas pelo programa e parceiros técnicos. Um movimento que mexeu e mexe com os rumos do Labora, mas que também quer deixar um legado para outros negócios de impacto social do país.*

### 1. O VALOR DAS MENTORIAS

Mentor é um conselheiro que inspira e orienta. Ele pode não ter todas as respostas, mas sabe instigar as perguntas certas. Foi o que sentiu Jaciana Melquiades, da Era Uma Vez o Mundo, ao passar pela mentoria do Labora. “As



peças olhavam para meu negócio e respeitavam, eles nos viam como uma superempresa. Mas eu olhava para minha ação e só conseguia ver um trabalho simples nas escolas. Eu me sentia uma fraude como empresária – e me perguntava: como eu poderia me tornar aquilo que as pessoas já enxergavam em mim?”, lembra.

Segundo Jaciana, ter um mentor lhe permitiu avaliar o potencial do próprio negócio em perspectiva: alguém com distância focal e a imparcialidade necessária para aconselhar e mostrar aquilo que, muitas vezes, nós não queremos ver. Para Carla Siccós, do CDD Acontece, a aceleração também ajudou a enxergar além. “Com o apoio dos mentores percebi que tinha realmente um negócio social. Por isso, receber mentoria durante a aceleração foi melhor do que se eu recebesse dinheiro”, diz.

Mariana Aleixo, do Maré de Sabores, já tinha muita clareza de algumas necessidades do seu negócio, mas foi provocada a tirar as ideias do papel: “É como se a mentoria te instigasse a pensar e fazer coisas que você já sabia que eram necessárias, mas sempre adiava a execução. Ter alguém trocando ideias comigo me ajudou a executar.”

Para Mélanie Montinard, da Mawon, o olhar de fora foi essencial. “Todo o percurso nos ajudou a identificar oportunidades para melhorar, mas principalmente a perceber o que já tínhamos de valor. A partir das mentorias, entendemos que já tínhamos experiência



e alto impacto com nossas ações. Foi como se nós ganhássemos um espelho novo e passássemos a nos enxergar de verdade”, relata.

A experiência dos acelerados estimulou o programa a dobrar as apostas na estratégia de realização de mentorias durante as acelerações, passando a oferecer acompanhamento mais individualizado aos empreendedores. “Entendemos que o fortalecimento do trabalho de mentoria gera resultados concretos para o aprimoramento dos processos de gestão de cada negócio, ajudando a qualificar produtos, ganhar escala e principalmente encontrar caminhos para a sustentabilidade. E ainda possibilita outros resultados simbólicos, criando condições para que os empreendedores identifiquem suas forças e se percebam de modo mais integral”, afirma Flávia Vianna, coordenadora de Inovação Social do Oi Futuro.

## 2. ESPECIALISTAS COM TRAJETÓRIAS E SABERES DIVERSOS

Das mentorias emergiu uma provocação a partir dos próprios participantes das acelerações: como diversificar o perfil dos mentores? Em outras palavras, como oferecer orientações coordenadas por especialistas e profissionais mais próximos das realidades dos empreendedores?

Mariana Aleixo, do Maré de Sabores, por exemplo, sentiu falta de encontrar empreendedores e especialistas com trajetórias similares à dela. “Não tive uma mentora que se colocasse a partir de sua origem nordestina, ou uma mulher negra que tivesse construído seu saber a partir de espaços mais populares. Acredito que existam profissionais com referências diferentes das que o mercado tradicionalmente utiliza e valida. Há pessoas muito interessantes nas universidades, por exemplo, mas não há tanto diálogo entre elas e o mundo dos negócios”, avalia.



Já Yan Marques, do beRap, sentiu falta de profissionais da área de tecnologia. “Esse apoio ‘Cara, vamos entender seu problema na área de tecnologia’ é muito importante, mas não costuma estar presente nas acelerações. Às vezes um mentor experiente pode dizer ‘Olha, é esse o caminho’ e você economiza um tempo precioso”, assinala.

Diante dessas reflexões, o Oi Futuro vem construindo a cada novo ciclo um quadro mais diversificado de especialistas, a fim de agregar e atender diferentes perfis de empreendimentos durante as acelerações. Outro caminho tem sido trilhado junto aos próprios empreendedores, em constante contato para ouvir seus feedbacks e aprimorar as edições seguintes.

**ACREDITAMOS QUE OS EMPREENDEDORES QUE PASSARAM PELO PROGRAMA TÊM MUITO A ENSINAR E BUSCAMOS VALORIZÁ-LOS. É NESSE MOVIMENTO QUE O LABORA TAMBÉM CONTRIBUI PARA O FORTALECIMENTO DO ECOSSISTEMA DE FINANÇAS SOCIAIS.**

Flávia Vianna, coordenadora de Inovação Social do Oi Futuro





### 3. MAIS REDES E VISIBILIDADE

Reunir empreendedores de diversos perfis e trajetórias estimulou trocas de ideias, experiências e conexões durante os diferentes ciclos de aceleração, formando uma rede de conhecimento sobre negócios de impacto social. Para Zeca Novais, do Lona na Lua, os encontros promovidos pelo programa incentivaram inclusive a identificação dos empreendedores enquanto gestores de negócios. “Foi muito importante. A princípio, eu não me via nesse lugar de alguém que tem ‘algo a dizer’. Depois, comecei a me enxergar como palestrante também”, conta. A rede do Oi Futuro também acabou lhe abrindo portas para outros eventos, como o ColaborAmérica.

A possibilidade de compartilhar com outros empreendedores a experiência de 18 anos de vida do Cinema Nosso também foi marcante para Mércia Britto. “Temos muita história de pedra no caminho e de superação. E em alguns momentos pude trocar com outros acelerados que

**QUANDO UM NEGÓCIO SURGE E CRESCE, A VIDA DE QUASE TODO MUNDO QUE ESTÁ AO REDOR MUDA TAMBÉM. EMPREENDER É MULTIPLICAR O IMPACTO, MOVER O MUNDO.**

Priscila Gama,  
empreendedora da Malalai



ainda estavam em uma fase mais inicial do negócio. Na minha trajetória sempre esteve muito presente essa ideia de construção coletiva e foi bacana perceber o valor do nosso conhecimento sobre o mercado para essa rede do Labora.”

Priscila Gama, da Malalai, destaca que a participação na rede do Labora alavancou visibilidade e projeção para seu negócio. “Assim que saímos do programa, acessamos mídias e outros canais que não tínhamos ainda. Na época, também estávamos decididos a tirar do papel uma campanha de crowdfunding – e a projeção possibilitou uma ‘vaquinha’ de sucesso”, lembra.

Mas é bom esclarecer que tudo é um processo em constante aperfeiçoamento: por exemplo, no primeiro ciclo de aceleração, em 2017, Carlos Humberto Silva, da Diaspora.Black, sentiu falta de mais espaços de networking. “Foram



pouquíssimos momentos para dialogar com outras startups e outros atores estratégicos do ecossistema do Rio de Janeiro”, comenta. Ao participar de um encontro com os acelerados em 2019, a diferença foi notável, segundo o relato do empreendedor: “Foi muito bacana ver o número de pessoas tão diversas ali dentro do Labora. Uma representação real do que é esse país. Vejo que temos contribuído um pouco dentro do ecossistema de impacto trazendo outra estética e outros desafios e lugares que não estão convencionalmente dentro dele.”

Uma das missões do Labora é fomentar conexões, define Carla Uller, gerente executiva do Oi Futuro à frente da área de Inovação Social. “Desde o início definimos que não atuaríamos sozinhos, mas em rede, ao lado de pessoas e instituições reconhecidas na área, compondo parcerias técnicas e um networking de negócios de impacto”, diz.

## 4. MAIS ACESSO A QUEM TEM MENOS OPORTUNIDADES

“Hoje, se você quiser conversar conosco, estamos no Lab Oi Futuro”, dizia Elaine Rosa, da Rainha Crespa, para seus parceiros de negócios durante o ciclo de aceleração do Labora. Além de formar uma rede de contatos, a experiência da empreendedora também se traduziu em um ponto de encontro e coworking. “Aqui conseguimos reunir nossos empreendedores. A aceleração permitiu essa coisa de ‘girar a cidade’, de sentir que também podemos pertencer a um lugar que é na Zona Sul. É entender ‘Então tá, toda terça-feira estaremos aqui’ e trazer oportunidades de experiências diferenciadas”, diz.

“O mundo é injusto e infelizmente nem sempre há recursos para todo mundo. Mas há diversas formas de viabilizar e impulsionar negócios de impacto social. É uma questão de multiplicar o impacto, mover toda uma base ao redor, porque



é isso o que acontece: quando um negócio surge e cresce, a vida de quase todo mundo que está ali ao redor muda também”, acrescenta Priscila Gama, da Malalai.

Girar a cidade, mover o país, mudar o mundo: a expectativa do Oi Futuro, frisa Flávia Vianna, é fomentar um programa que preze pela inovação, inclusão e diversidade, acelerando negócios e projetos de impacto social para desenvolver territórios (uma área periférica como a Pavuna da Rainha Crespa ou uma cidade do interior como o Rio Bonito do Lona na Lua) e transformar realidades (dos estudantes da Estante Mágica aos viajantes da Diaspora.Black), promovendo mais acesso a quem historicamente tem menos oportunidades.

Segundo Carla Uller, os empreendedores não foram escolhidos ao acaso. “Acolher e impulsionar os mais diversos perfis de empreendedores, independentemente de suas trajetórias, do tipo ou fase de desenvolvimento do modelo de negócio, principalmente aqueles que historicamente apresentam dificuldade para acessar informações e formações, foi fator central para o programa”, afirma a gerente. “O tipo de rede de inovação social que queremos ativar e amplificar indica o tipo de sociedade que queremos ajudar a construir. O mais importante é produzir soluções para uma sociedade mais justa, com equidade e qualidade de vida”, conclui.



LABORA

LABSONIC

oi oi!!  
#Juntos Transformamos

EXPERIÊNCIA  
LABORA  
+ [logos]  
Conexões que insp...

oi  
#Juntos Transformamos

#LabOiFuturo  
#Juntos Transformamos





*/Institutooifuturo*



*/oi\_futuro*



*oi futuro*



*/oi\_futuro*



*oi futuro*



*<https://oifuturo.org.br>*



LABORA