

Numero de inscrição

2025658453

Instituição

Sebrae Mato Grosso Agência de Tangará da Serra

Título da tecnologia

Metodologia De Formatação E Posicionamento De Mercado Do Etnoturismo

Título da Tecnologia Social

METODOLOGIA DE FORMATAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADO DO ETNOTURISMO

Nome da instituição proponente

SEBRAE MATO GROSSO

CNPJ da instituição proponente

03.534.450/0001-52

Endereço da instituição proponente

Rua Antônio Hortolani, 91N, Centro, Tangará da Serra, Mato Grosso, CEP 78.300-000

Contatos da instituição proponente

Fone: (65) 3326-5665

E-mail Wladimir.silva@mt.sebrae.com.br c/c tatiana@secullostour.com.br

Site: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt?codUf=12>

Instagram: @sebraematogrosso

Dados do representante legal da instituição

Wladimir Alves da Silva

Gerente Regional da agência Sebrae de Tangará da Serra, Mato Grosso

928.901.301-00

Wladimir.silva@mt.sebrae.com.br

65 9 9610-6111

Dado(s) do(s) responsável(is) pela Tecnologia Social

Conteudistas da Metodologia

Tatiana Patrícia Fernandez Dias

495.411.531-00

Consultora credenciada no Sebrae MT

65 9 9946-7684

tatiana@secullostour.com.br

Wladimir Alves da Silva

928.901.301-00

Gerente Regional da agência Sebrae de Tangará da Serra, Mato Grosso

Wladimir.silva@mt.sebrae.com.br

65 9 9610-6111

Silvia Fraga de Souza

592.830.251-72

Coordenadora dos projetos de Etnoturismo do Sebrae Mato Grosso

silvia.souza@mt.sebrae.com.br

65 9 9927-2841

Resumo da Iniciativa - até 700 caracteres

A Metodologia de Formação de Produtos e Posicionamento de Mercado do Etnoturismo impulsiona o turismo comunitário em aldeias indígenas ao transformar cultura, natureza e identidade em experiências autênticas e sustentáveis. Orienta desde o diagnóstico até a oferta turística, fortalecendo destinos, qualificando resultados e estimulando crescimento contínuo. Fundamentada na Instrução Normativa nº 3/2015 da Funai e nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, nasce de vivências reais em aldeias Haliti-Paresi, no Mato Grosso, e converte saberes tradicionais em oportunidades econômicas responsáveis, valorizando povos originários e ampliando a oferta turística brasileira.

Situação Problema - até 1.200 caracteres

A experiência do Sebrae Mato Grosso na formação de ofertas turísticas demonstrou que ações isoladas não são suficientes para estruturar produtos turísticos sustentáveis e competitivos em territórios de base comunitária. No contexto das aldeias indígenas, essa limitação é ainda mais sensível, pois os valores que orientam os povos aldeados estão fundamentados na ancestralidade, na coletividade e no bem comum.

A metodologia passou a enfrentar problemas recorrentes como a fragmentação das ações, o distanciamento entre planejamento e operação, a criação de expectativas irreais de geração de renda, a falta de preparo para a gestão da atividade turística e a implantação de experiências sem viabilidade real de mercado. Sem acompanhamento estratégico e contínuo, essas iniciativas tendem a não alcançar maturidade suficiente para atrair visitantes e gerar benefícios coletivos consistentes.

Outro desafio tratado foi o descompasso entre o tempo institucional e o tempo comunitário. A metodologia reconhece que cada aldeia possui seu próprio ritmo de compreensão e decisão, sendo essencial respeitar o processo gradual de construção da autonomia sobre o turismo. Paralelamente à elaboração participativa do Plano de Visitação Turística, conforme a Instrução Normativa Funai nº 3/2015, a metodologia atua na implantação prática das experiências, na capacitação das pessoas e na construção de uma linguagem empreendedora compatível com os valores comunitários, assegurando viabilidade turística, fortalecimento cultural e geração de renda coletiva; buscando sempre resultados com a participação ativa da comunidade indígena, construindo “com”, jamais fazendo “para”.

Histórico da instituição proponente - até 2.500 caracteres

O Sebrae Mato Grosso atua de forma estratégica no fortalecimento do setor turístico como vetor de desenvolvimento econômico geração de renda e valorização dos territórios. Por meio de metodologias próprias capacitações consultorias especializadas e articulação institucional a entidade contribui para a estruturação de destinos a qualificação de produtos e serviços o aprimoramento da gestão e o acesso a mercado sempre com foco no fortalecimento das micro e pequenas empresas e dos empreendimentos de base local.

No turismo o Sebrae orienta sua atuação pela promoção da competitividade da inovação e da sustentabilidade apoiando empreendedores formais e informais na organização de seus negócios no desenvolvimento de produtos turísticos alinhados às demandas do mercado e na construção de estratégias que ampliem oportunidades econômicas nos territórios. Esse trabalho considera as especificidades regionais respeitando vocações locais arranjos produtivos e dinâmicas sociais próprias promovendo inclusão produtiva e fortalecimento das economias locais.

Nesse contexto o Sebrae Mato Grosso ampliou sua atuação no etnoturismo em aldeias indígenas reconhecendo o potencial das culturas originárias como experiências turísticas autênticas diferenciadas e capazes de gerar desenvolvimento com identidade.

A atuação ocorre de forma participativa e respeitosa alinhada às normativas vigentes especialmente à

Instrução Normativa Funai n 3 2015 e fundamentada no protagonismo das comunidades indígenas na tomada de decisões sobre o turismo em seus territórios.

Ao apoiar o etnoturismo o Sebrae aplica seus princípios institucionais de incentivo ao empreendedorismo à autonomia econômica e à organização produtiva coletiva adaptando metodologias à realidade comunitária das aldeias.

O foco está na preparação das pessoas na estruturação das experiências na gestão dos empreendimentos turísticos e na inserção qualificada no mercado sempre preservando a cultura os modos de vida e o bem comum da comunidade.

Mato Grosso possui grande número de etnias indígenas, com dados recentes do Censo 2022 indicando cerca de 195 etnias ou povos, superando as 149 registradas em 2010. Outros levantamentos mais antigos mencionavam números menores, como 45 ou 46 povos, mas a contagem mais atualizada aponta para essa diversidade crescente.

Nesse universo, o Sebrae iniciou a construção metodológica com o povo Haliti-Paresi no território que alcança Campo Novo do Parecis e Sapezal, alcançando 8 aldeias, desde 2021.

A partir dessa experiência, atualmente alcançadas pela metodologia são: em Barra do Bugres 6 aldeias da etnia Balatiponé, em Campo Novo do Parecis 10 aldeias da etnia Haliti-Paresi, em Sapezal 2 aldeias da etnia Haliti-Paresi e 1 aldeia com etnias Nambiquara e Terena, em Tangará da Serra 2 aldeias da etnia Haliti-Paresi, e, em Brasnorte 4 aldeias das etnias Myky, Manoki e Rikbaktsa.

Destas, 8 aldeias Haliti-Paresi e 4 aldeias Rikbaktsa Myky e Manoki já estão acessando mercado com êxito na esfera nacional.

Contribuição da iniciativa para solução do desafio - até 2000 caracteres

A metodologia de formatação de produtos e posicionamento de mercado do etnoturismo contribui de maneira direta e estruturante para a promoção da Igualdade Étnico-Racial ao reconhecer, valorizar e fortalecer o protagonismo dos povos indígenas como agentes legítimos do desenvolvimento econômico em seus próprios territórios. Ao partir do respeito à ancestralidade, à coletividade e aos modos de vida tradicionais, a metodologia rompe com práticas históricas de marginalização e subordinação econômica, criando condições reais para a inclusão produtiva dos povos originários.

A atuação é construída de forma participativa, assegurando que as comunidades indígenas conduzam as decisões sobre o uso turístico de seus territórios, a formatação das experiências e a gestão da atividade. Esse processo reforça a autonomia econômica e política das aldeias, reduz assimetrias de poder nas relações com o mercado e garante que os benefícios gerados pelo turismo sejam distribuídos de forma justa e coletiva, fortalecendo o bem comum da comunidade.

Ao alinhar-se à Instrução Normativa Funai nº 3/2015 e a normas técnicas aplicáveis, a metodologia também assegura segurança jurídica e institucional às iniciativas indígenas, combatendo práticas informais ou exploratórias que historicamente impactaram negativamente esses povos. Além disso, ao preparar as comunidades para acessar mercados de forma qualificada, a metodologia amplia a visibilidade positiva das culturas indígenas, reposicionando-as como portadoras de conhecimento, inovação social e valor econômico.

Dessa forma, o etnoturismo estruturado pela metodologia não apenas gera renda, mas promove reconhecimento, equidade de oportunidades e valorização da diversidade Étnico-Racial, contribuindo para uma sociedade mais justa, inclusiva e respeitosa com os povos originários.

Esse processo está alinhado aos princípios do ODS 10 – Redução das Desigualdades, ao ampliar o acesso de povos originários ao mercado turístico de forma justa e qualificada, e ao ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, ao estimular atividades econômicas sustentáveis, seguras e compatíveis com os modos de vida tradicionais.

A metodologia também dialoga com o ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis e o ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis, ao ordenar a visitação turística, proteger o território e valorizar saberes tradicionais como ativos econômicos legítimos. No campo das políticas públicas, sua implementação está em consonância com a Instrução Normativa Funai nº 3/2015, com a Política Nacional de Gestão Territorial e Ambiental de Terras Indígenas (PNGATI) e com as diretrizes do Estatuto da Igualdade Racial, ao promover autonomia econômica, respeito cultural e fortalecimento institucional das comunidades indígenas.

Objetivos da iniciativa - até 1.000 caracteres

Objetivo Geral:

A Metodologia de Formatação e Posicionamento de Mercado do Etno e Ecoturismo em Aldeias Indígenas objetiva estabelecer um compasso de ações construído empiricamente com 8 aldeias Haliti-Paresi, contribuindo com o fortalecimento do empreendedorismo dos povos originários, impulsionando negócios sustentáveis.

Objetivos Específicos:

Gerar protagonismo do indígena nas relações socioeconômicas; Melhorar a infraestrutura das aldeias; Fortalecer a cultura e avivar a história da etnia através da repetição dos costumes nas vivências com turistas; Manter as futuras gerações conhecedoras e engajadas na história, cultura e costumes; Ordenar o acesso de visitantes gerando uso sustentável dos recursos naturais; Oportunizar postos de trabalho e ganhos através do ecoturismo, pesca esportiva e etnoturismo; Gerar renda garantindo a repartição justa entre os atores das comunidades; Engajar os turistas nas causas indígenas e nas questões de sustentabilidade; Contribuir com uma sociedade mais justa.

Descrição da iniciativa - até 5.000 caracteres

APRESENTAÇÃO

A metodologia foi construída de forma empírica ao longo de três anos de atuação contínua junto a oito aldeias do povo Haliti-Paresi, no estado de Mato Grosso. Esse processo ocorreu no contexto do apoio do Sebrae Mato Grosso à elaboração dos Planos de Visitação Turística, conforme estabelecido pela Instrução Normativa nº 3/2015 da Funai, desenvolvidos de maneira concomitante a consultorias, instrutorias, missões técnicas e ações de benchmarking. Essa combinação de iniciativas permitiu estruturar uma cadência de atuação eficaz, aplicável a comunidades indígenas, respeitando as particularidades culturais, sociais e comportamentais de cada povo.

A metodologia promove a igualdade étnico-racial ao fortalecer a autonomia socioeconômica dos povos originários por meio do turismo, incentivando o empreendedorismo baseado no aprendizado contínuo e na valorização das relações coletivas que fundamentam a vida em aldeias. Ao reconhecer e respeitar os modos de organização social indígenas, o turismo passa a ser um instrumento de fortalecimento cultural, preservação territorial e geração de renda com equidade.

EIXOS DE ATUAÇÃO

De forma sistêmica, o Sebrae Mato Grosso estruturou sua atuação a partir de um fluxo metodológico integrado que se inicia com a aplicação das premissas de atuação. Uma vez confirmada a viabilidade, avançam-se as etapas de formatação dos produtos turísticos e posicionamento de mercado, realizadas de maneira concomitante à elaboração do Plano de Visitação Turística conforme a IN nº 3/2015 da Funai. Em paralelo, são desenvolvidas ações de planejamento, inventário da oferta, fortalecimento da governança comunitária e ordenamento da atividade, com acompanhamento contínuo por meio de monitoramento e aperfeiçoamento dos resultados.

PREMISSAS DE ATUAÇÃO

As premissas que orientam a metodologia compreendem a clareza quanto aos demandantes e à anuência da comunidade indígena, a sondagem de viabilidade de mercado e a observância das legislações e normas aplicáveis. A confirmação da viabilidade resulta de uma análise técnica que permite identificar desafios, oportunidades e possíveis entraves à geração de resultados. Esse processo considera a disponibilidade de recursos humanos e financeiros e, quando necessário, conduz à conclusão pela inviabilidade da formatação turística, assegurando transparência nos compromissos assumidos pelo Sebrae e evitando expectativas irreais junto às comunidades.

FORMATAÇÃO DO PRODUTO

O Sebrae Mato Grosso adota uma abordagem aprofundada na formatação de produtos turísticos, superando práticas superficiais restritas a diagnósticos isolados. O processo exige acompanhamento contínuo e, em muitos casos, a atuação de especialistas diversos para promover as transformações necessárias. O tempo de formatação varia conforme a necessidade de adequações estruturais, resgate de referências históricas e culturais e qualificação das pessoas envolvidas.

As aldeias indígenas frequentemente ofertam atividades de ecoturismo em áreas naturais, como trilhas ecológicas, mirantes, áreas balneares, canoagem, rafting, flutuação, observação de aves e pesca esportiva. No etnoturismo, destacam-se vivências relacionadas à cultura e aos costumes, como experiências gastronômicas, danças e cânticos tradicionais, artesanato, rituais, visitas a moradias tradicionais, pinturas corporais, contação de histórias, práticas agrícolas e saberes tradicionais. Ressalta-se que determinados elementos culturais, por seu caráter sagrado, não são convertidos em produtos turísticos, sendo integralmente respeitados.

POSICIONAMENTO DE MERCADO

O posicionamento de mercado é tratado como etapa estratégica para diferenciar a oferta turística indígena, definindo públicos-alvo, polos emissores, jornada do consumidor e relações B2B e B2C. A metodologia assegura que o posicionamento seja realizado somente após a formatação consciente da oferta, garantindo coerência entre produto, público e comunicação.

FINALIZAÇÃO DO PLANO DE VISITAÇÃO

Como diferencial metodológico, o Plano de Visitação Turística é finalizado após a consolidação da formatação dos produtos e do posicionamento de mercado. Essa estratégia evita que o plano se torne apenas um documento formal, sem efetiva implementação. Ao construir o Plano em paralelo à prática do turismo, a metodologia assegura que a oferta esteja consolidada no momento da submissão à Funai, evidenciando a viabilidade real da atividade.

Interação com a Comunidade - até 2.000 caracteres

As demandas chegam ao Sebrae nos mais variados formatos. Entretanto, nos casos do etnoturismo é importante uma atenção especial para identificar se a comunidade indígena aciona o Sebrae com a parceria do Poder Público Municipal ou Estadual, se existe aderência da Funai regional, ou qualquer outro viés de apoio paralelo.

É necessário certificar se internamente no núcleo indígena demandante existe o entendimento coletivo sobre o turismo, confirmar relacionamento amistoso com a sociedade não indígena, entendimento da língua portuguesa, enquadramento como uma etnia pacificada e até mesmo a presença de organização interna estabelecida em associação ou cooperativa para regular a responsabilidade civil da atividade turística.

Feito isso, apresenta-se o compasso de ações da formatação e posicionamento de mercado, realizando esclarecimentos de que toda a jornada atende a Instrução Normativa nº3/2015 da Funai e terá registros de decisões coletivas no Plano de Visitação Turística que será colocado em apreciação da Funai para busca da anuência do referido órgão.

Com a consciência de que a adesão à Metodologia gera necessária proatividade da comunidade indígena, pactua-se em documento assinado pelo cacique, lideranças e comunidade, a agenda de trabalho de acordo com o compasso de ações do método.

Então, cada ação gera entendimento, aprendizado e definições da aldeia trabalhada, que por consequência segue constando no Plano de Visitação.

Não se avança etapas sem exaurir dúvidas e constatar o avanço da comunidade na modelagem do produto, na aplicação de gestão cooperada com intenções coletivas, e, na construção de visão de mercado que os torna empresários dos próprios negócios.

Nesse ritmo, o Sebrae ajusta cada atuação à realidade de cada comunidade indígena, respeitando o tempo de maturidade empresarial de cada qual, e a segurança necessária para gerar a autonomia para os povos indígenas.

Estratégia de Continuidade das Ações - até 2.000 caracteres

A metodologia aplicada pelo Sebrae Mato Grosso no etnoturismo em aldeias indígenas contribui diretamente para a promoção da igualdade étnico-racial ao reconhecer, valorizar e fortalecer os povos originários como protagonistas do desenvolvimento econômico em seus próprios territórios. Ao estruturar o turismo de forma participativa, respeitando a ancestralidade, a coletividade e os modos de vida tradicionais, a metodologia combate desigualdades históricas de acesso a oportunidades produtivas, mercado e renda, promovendo inclusão econômica com identidade cultural.

Essa atuação está alinhada aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, com destaque para o ODS 8

(Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ao gerar oportunidades econômicas sustentáveis; ODS 10 (Redução das Desigualdades), ao ampliar o acesso dos povos indígenas a mercados formais; ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), ao fortalecer territórios tradicionais; e ODS 16 (Paz, Justiça e Instituições Eficazes), ao respeitar marcos normativos como a Instrução Normativa Funai nº 3/2015 e promover governança participativa.

Para garantir a manutenção e a continuidade das ações ao longo dos anos, o Sebrae Mato Grosso adota estratégias estruturantes e de longo prazo. Entre elas, destacam-se o acompanhamento continuado das aldeias, a aplicação de metodologias replicáveis, a formação de lideranças e gestores indígenas, a capacitação permanente para gestão e operação das atividades turísticas e a construção de linguagem empreendedora adaptada à realidade comunitária. Essas ações são desenvolvidas em parceria com órgãos públicos, como a Funai, prefeituras e secretarias municipais, além de instituições de apoio ao turismo e ao desenvolvimento territorial, fortalecendo o caráter interinstitucional da iniciativa.

Em diversos territórios, a metodologia passou a influenciar agendas públicas locais, sendo incorporada como referência para o ordenamento do turismo em áreas indígenas e para a formulação de políticas públicas voltadas ao etnoturismo e à economia criativa indígena. Esse processo fortalece a segurança jurídica, amplia a escala das ações e garante maior perenidade aos resultados alcançados.

Como impacto social relevante, as estratégias adotadas geram elevado engajamento das comunidades indígenas, uma vez que respeitam o tempo de cada aldeia, promovem decisões coletivas e asseguram benefícios compartilhados. O turismo deixa de ser uma ação externa e passa a ser apropriado pela comunidade como instrumento de valorização cultural, preservação ambiental e geração de renda, fortalecendo a autonomia indígena e contribuindo de forma concreta para a promoção da igualdade étnico-racial.

Resultados Alcançados - até 2.500 caracteres

Anualmente, desde a etapa de aplicação das ações e construção participativa da metodologia, o Sebrae Mato Grosso elencou KPIs importantes para mensurar resultados.

A priori, tem o mapeamento de resultados das 8 aldeias que contribuíram com a formação da Metodologia, aquelas que hoje formam o Destino Parecis Etno & Ecoturismo. São elas: Quatro Cachoeiras, Wazare, Salto da Mulher, Rio Sacre, Chapada Azul, Otyahaliti, Sacre II - Salto Belo, e, Ponte de Pedra.

O acompanhamento é realizado por meio de entrevistas com lideranças locais, observação direta e consultas documentais, permitindo compreender de forma sistêmica a evolução dos empreendimentos turísticos e suas relações socioculturais, ambientais e econômicas. Até o momento, estão abaixo os resultados mensurados.

EIXO OFERTA

Atrativos (experiências turísticas) ofertados. 2022: 16 atividades | 2023: 35 atividades | 2024: 37 atividades | 2025: 27 atividades

Infraestrutura de apoio ao turista. 2022: 34 estruturas | 2023: 94 estruturas | 2024: 98 estruturas | 2025: 102 estruturas

EIXO AMBIENTAL

Práticas sustentáveis. 2022: 03 iniciativas | 2023: 27 iniciativas | 2024: 22 iniciativas | 2025: 30 iniciativas

EIXO SÓCIO CULTURAL

Estruturas, benfeitorias, e qualquer contribuição para a comunidade da aldeia como um todo. Obs.: à disposição da comunidade, advindas do turismo. 2022: 01 edificação | 2023: 01 edificação | 2024: 04 edificações | 2025: 08 edificações

Indígenas em postos de trabalho, ocupação direta. 2022: 38 pessoas | 2023: 148 pessoas | 2024: 148 pessoas | 2025: 165 pessoas

Trabalhos e fornecimentos terceirizados por outras aldeias, ocupação indireta. 2022: 12 pessoas | 2023: 68 pessoas | 2024: 40 pessoas | 2025: 22 pessoas

Indígenas graduados em turismo. 2022: nenhum registro | 2023: 01 bacharel | 2024: 08 técnicos | 2025:

nenhum registro

Indígenas retornados à vida na aldeia em decorrência das oportunidades geradas pelo turismo. 2022: nenhum registro | 2023: 03 indígenas | 2024: 09 indígenas | 2025: 11 indígenas

EIXO MERCADO

Fluxo médio anual. Obs.: quantidade de turistas. 2022: 2.570 turistas | 2023: 7.520 turistas | 2024: 8.920 turistas | 2025: 10.100 turistas

Fluxo turístico advindo de relações B2C. 2022: 75% dos negócios | 2023: 52% dos negócios | 2024: 65% dos negócios | 2025: 45% dos negócios

Fluxo turístico advindo de relações B2B. 2022: 25% dos negócios | 2023: 48% dos negócios | 2024: 35% dos negócios | 2025: 55% dos negócios

Mercado emissor. Interno (Regional) - do estado Externo (Nacional); de outros estados brasileiros; Estrangeiro (Internacional) - de outros países. 2022: maioria interno | 2023: maioria externo | 2024: maioria externo | 2025: maioria externo

Presença digital. Obs.: quantidade de canais de distribuição de oferta online. Ex.: mídias sociais, OTAs, meta buscadores, outros. 2022: 06 canais | 2023: 21 canais | 2024: 24 canais | 2025: 35 canais

Presença em eventos do setor. 2022: 02 participações | 2023: 05 participações | 2024: 08 participações | 2025: 05 participações

EIXO ECONÔMICO

Ticket médio / por pessoa / por dia.

2022: R\$ 20,00 | 2023: R\$ 250,00 | 2024: R\$ 250,00 | 2025: R\$ 280,00

Faturamento (8 aldeias)

2022: R\$ 308.400,00 | 2023: R\$ 1.504.000,00 | 2024: 1.784.000,00 | 2025: R\$ 2.020.000,00

A análise dos eixos estratégicos evidencia um crescimento consolidado e diversificado do turismo no Destino Parecis Etno & Ecoturismo, refletindo amadurecimento da oferta, expansão de mercado, avanço na organização comunitária e crescimento da maturidade empresarial.

Local(is) de implantação e público atendido pela iniciativa

A Metodologia foi construída na atuação do Sebrae Mato Grosso nas 8 aldeias Haliti-Paresi compreendendo os municípios Campo Novo do Parecis e Sapezal, posterior ampliando a aplicação de acordo como segue:

Em Barra do Bugres, 6 aldeias da etnia Balatiponé, posicionando diretamente em frentes de trabalho 55 indígenas;

Em Campo Novo do Parecis, 10 aldeias da etnia Haliti-Paresi, posicionando diretamente em frentes de trabalho 223 indígenas;

Em Sapezal, 2 aldeias da etnia Haliti-Paresi e 1 aldeia com etnias Nambiquara e Terena, posicionando diretamente em frentes de trabalho 48 indígenas;

Em Tangará da Serra, 2 aldeias da etnia Haliti-Paresi, posicionando diretamente em frentes de trabalho 30 indígenas;

Em Brasnorte, 4 aldeias das etnias Myky, Manoki e Rikbaktsa, posicionando diretamente em frentes de trabalho 100 indígenas.

Valor estimado para implantação da Tecnologia Social

R\$ 803.000,00 por aldeia indígena trabalhada, considerando todas as etapas da metodologia: premissas de

atuação, formatação do produto, posicionamento de mercado, apoio paralelo do Sebrae (Plano Municipal, Inventário, governança, ordenamento da cadeia produtiva), sequentes intervenções (monitoramento e aperfeiçoamento).

Qual Desafio Fundação BB 40 anos proposto no item 6.4 do regulamento (Igualdade Étnico-Racial, Consumo e Produção Responsáveis, Energia Limpa e Acessível), sua Tecnologia Social pretende atender?

Igualdade Étnico-Racial

Link do Youtube da iniciativa (opcional)

<https://youtube.com/shorts/DZV7E30ma5Q?si=AdFnj6mgdgwVllOR>