

Questions&Answers

- **Quando foi criado o Açaí Motion®?**

O Açaí Motion® foi criado durante o ano de 2018, após mais de oito meses de testes e imersão no laboratório que faz a mistura e prepara o Blend/Base do Açaí Motion®. Durante este processo, pegamos diversos produtos pelo mundo, analisamos a composição de cada um, procuramos em nossa criação retirar os ingredientes que acreditamos não serem os melhores e acrescentamos aqueles que fazem com que nosso produto seja único, exclusivo, com diferenciais que o tornam uma bebida de múltiplo aproveitamento e para toda a família.

- **Por que decidiu criar esse produto?**

Visionário, Rafael Aun Ming, fundador e presidente do conselho (Chairman) do Açaí Motion®, trabalhou em relações internacionais do setor de alimentos e bebidas. Como um executivo bem relacionado, Ming decidiu empreender e enxergou a possibilidade de desenvolver um negócio promissor dentro e fora do Brasil, exportando produtos brasileiros para o mundo. Daí surgiu o Açaí Motion®, que, em sua concepção, objetivou claramente divulgar o Brasil, com alguns nomes que, sem dúvida, são referência nacional e internacional: a Amazônia brasileira, o açaí e o guaraná. A partir daí, o foco foi criar um produto único, saudável e para consumo de toda a família, tanto puro como em combinações especiais. É um energético natural pelas características do produto. Ele tem extrato natural de açaí, extrato natural de guaraná, vitaminas do complexo B (equilibradas), inclusive o inositol, que só faz bem ao organismo. Ele NÃO contém Taurina e Cafeína sintética, substâncias que, utilizadas de forma comedida, não são prejudiciais. Além disso, introduziu como ingrediente o concentrado de cenoura negra, sem corantes vermelho e azul na exportação para todo o mundo. No entanto, da maneira como apresentadas nos energéticos convencionais, tornam-se bebidas perigosas, sintéticas e que causam muito mais mal do que bem ao ser humano. A ideia foi criar um gênero de bebida, que se enquadra dentro da classificação de energéticos (NCM 2202.99.00), mas na verdade, deve ter um tratamento diferenciado por suas características.

- **Qual o diferencial do produto?**

O Açaí Motion® é um composto líquido pronto para consumo, sabor açaí com guaraná.

Sua concepção se deu pela grande aceitação global do açaí, uma fruta brasileira, da região Amazônica com características únicas e utilizada em diversas formas de aproveitamento. Sem taurina ou cafeína, a energia do produto é natural proporcionada pelas propriedades do açaí e guaraná e vitaminas B. O Açaí Motion® possui também equilíbrio nas Vitaminas do Complexo B, sem excessos, com corantes naturais e artificiais e 30% menos de concentração de açúcar, se comparado aos outros diversos energéticos convencionais existentes. Na versão de exportação ainda conta com o concentrado de cenoura negra como ingrediente e sem corantes vermelho e azul. São apenas 85 kcal numa lata de 269 ml. Açaí



www.acaimotion.com

Phone: +55 61 3961-2303 | E-MAIL: contact@acaimotion.com

Global Headquarters: SHIN QI 3 CJ 1 CASA 10 – Lago Norte | Brasília/DF – CEP 71505-210 | Brasil

Headquarters: Rua Pedro Gonçalves, 703 – Sala 5 – Centro | Indaiatuba/SP – CEP 13330-210 | Brasil

Headquarters: 8113 NW 33RD ST, DORAL, FL 33122 | USA

BRASIL | USA | UAE | JAPAN

Motion® é um novo gênero de bebida, que pode ser consumida por toda família e nos mais diversos segmentos e interesses comerciais, seja em casa, festas, eventos, bares, hotéis, restaurantes, resorts, shows, academias, esporte, lazer, cultura... durante o dia e noite e em misturas e combinações especiais com sua bebida preferida, ou seja, estamos diante de uma bebida múltipla e, principalmente, gostosa, com aprovação unânime em todas as degustações e locais no Brasil e no mundo que já foram feitas provas.

- **Quanto foi investido inicialmente para o desenvolvimento do produto?**

Todo investimento foi de forma privada e envolveu lucros obtidos de outros negócios, chegando a ser investido cerca de R\$ 1 milhão em desenvolvimento e testes sensoriais, até o início da produção teste em novembro de 2018, que se estendeu até fevereiro de 2019. O total foi de R\$ 1,3 milhão, aproximadamente, de investimento direto até chegar ao primeiro contato com o público, no evento Planeta Atlântida, no Rio Grande do Sul, em fevereiro de 2019. Na ocasião, o produto foi destaque de consumo e vendas.

- **Quem são os responsáveis pela empresa? Indique nomes e cargos.**

Rafael Aun Ming – Fundador e Chairman

Rayssa Alves Aun Ming – Diretora Executiva

Paulo Moraes da Costa – Diretor Executivo de Negócios

André Macieira Sorio – Acionista e Diretor de Estratégias

Arthur Lara Rocha – Acionista e responsável jurídico

Paulo César Pimentel – Acionista

Plínio Sant'Ana Kakihara – Diretor de Publicidade e Arte (CEO APP BYGS – sede Japão) e gestor expansão Ásia

- **Qual a experiência dos sócios com esse tipo de produto?**

O fundador e Chairman do Açaí Motion®, Rafael Aun Ming, já atuou no mercado internacional de alimentos e bebidas e, como executivo bem relacionado, Ming conseguiu chamar a atenção de pares do mercado para o Açaí Motion®. Por se tratar de um produto único, sem qualquer similaridade com nenhum outro existente, ele é muito bem aceito.

- **Como foram os resultados/crescimento da empresa desde o lançamento?**

Durante o ano de 2019, iniciou-se apenas um trabalho com amigos, parcerias já existentes (dentro do Brasil) e focando em apresentar o produto para os diversos países, onde seriam feitos trabalhos paralelos para expansão nacional e internacional. O foco dado pela empresa era de apresentação do produto por meio do network existente e construído por duas décadas pelo fundador. No Brasil, o objetivo era divulgar para distribuidores da área de bebidas e alimentos, até que houvesse interesse pelo Açaí Motion®. Isso foi acontecendo naturalmente durante o ano de 2019 até que, no final do mesmo ano, já havia um profissional do varejo, com experiência de mais de 14 anos em multinacionais, a frente de contatos com os potenciais interessados no Brasil. A partir daí, houve aprovação em todas as regiões



do Brasil, por diversos distribuidores sólidos e consolidados, onde todos tinham determinado que o início das ações e parceria se daria após o Carnaval de 2020, ação comum para novos produtos. No entanto, logo após o Carnaval, teve início o lockdown por conta da pandemia mundial de Covid-19. Toda a estratégia da empresa foi alterada, voltando a ter andamento significativo em setembro de 2021, com o retorno das vendas. Neste ínterim, o foco foi a abertura dos mercados internacionais, indo ao encontro do que o mundo busca com produtos saudáveis, mais naturais, de amplo consumo, sem causar danos à saúde, preservando a saudabilidade de todos. O Açaí Motion® reúne estas características e com preço competitivo, tornando-o ainda mais aceito e possibilitando a abertura em mais de 25 países.

- **Qual a expectativa de faturamento e crescimento para esse ano?**

A expectativa real é conseguir consolidar o Açaí Motion® nos países que o produto já está presente. A ideia é descentralizar em alguns países estratégicos a produção/envase local, otimizando as questões de custo logístico, além de estar presente em pelo menos 80% dos estados brasileiros. Devemos superar os dois dígitos de milhões em faturamento anual e faremos investimentos da ordem de 50% deste valor com recursos próprios e obtidos no mercado. Hoje, temos unidades de envase co-packer (terceirizado) no Estado de São Paulo, Goiás e Paraná. Devemos criar uma fábrica própria com início da construção ainda nos próximos meses e previsão de funcionamento em até 18 meses. Fora do Brasil já existe envase no México (parceiro local, onde ganhamos royalties/licenciamento e exportamos o blend/base de preparo do Açaí Motion®) e iremos iniciar produção local nos EUA, Emirados Árabes Unidos (HUB Países Árabes), Itália, Equador, Leste Asiático e Japão. Com isso conseguiremos ter o melhor custo logístico para atender à demanda de qualquer país dentro de nosso planejamento estratégico e de expansão. Nos EUA e nos Países Árabes devemos começar com fábrica co-packer, mas já em planejamento a fábrica própria, pois justifica pelo consumo e pela abrangência do mercado consumidor.

- **Qual o volume de comercialização do produto? Qual a perspectiva de crescimento de venda?**

Hoje produzimos sob demanda e fazemos rótulos personalizados para cada país, sempre com pedidos mínimos de 62.400 latas (quando há rótulo Sleeve – aquele que é encolhido termicamente na lata) e 150.000 latas quando em litografia (pintada na própria lata). Com isso, no Brasil já estamos produzindo latas litografadas em 269 ml e produções para atender sob demanda o mercado nacional e pedidos gerados pelos Distribuidores e Redes (atendimento direto do Açaí Motion®). Desde o início das atividades, neste curto período, foram produzidas e comercializadas mais de 1.500.000 latas para o Brasil e o mesmo número para exportação, sendo crescentes os números da exportação mês a mês. A marca espera produzir ao menos 1 milhão de latas por mês no Brasil para o mercado interno e mais de 2,5 milhões de latas para o mercado internacional, sendo produzidas no Brasil e exportadas ou nas unidades produtivas pelo mundo. A expectativa crescente de parceiros e consumo, assim como os novos países a cada mês, nos leva a números de produção que chegam a 10 milhões de latas produzidas mensalmente para atendimento global



até julho de 2024 e multiplicando anualmente a partir de 2024. Pelo mercado consumidor global existente e pelo modus operandi da companhia que não visa lucro significativo, apesar do produto justificar estar numa categoria e com valores maiores, devemos estar presentes em 70% dos países nos próximos três anos, e tendo uma perspectiva de produção de 360 milhões de latas por ano.

- **Desde quando ele é comercializado?**

O primeiro contato com o público foi em fevereiro de 2019, mas com toda mudança do cenário global a partir de março de 2020, ficamos 15-20 meses estagnados e nossa retomada mais consolidada começou novamente em agosto de 2021.

- **Para quais países o Açaí Motion® é exportado? E quais estão em negociação?**

Além da venda do produto no Brasil, Açaí Motion® é exportado para mais de 25 países da Europa, Ásia e América.

Açaí Motion® já foi degustado em mais de 60 países no início de suas atividades entre novembro de 2018 e fevereiro de 2019, tendo sido aprovado por unanimidade em diversos aspectos como sabor, aroma, textura, gaseificação, ingredientes, nutrição, aproveitamento múltiplo... como um novo gênero de bebida ainda não existente com estas características no mercado global. Existem três apelos estampados na marca/rótulo que contribuem para o sucesso que são: Amazônia brasileira, Açaí e Guaraná. Uma bebida naturalmente saudável.

Ao todo, mais de 25 países já importaram o Açaí Motion® ainda na lata brasileira, fazendo apenas as adequações do rótulo para mercado local:

EUA; Japão; Bolívia; Canadá; Chile; Colômbia; Emirados Árabes Unidos; Equador; Itália; Líbano; México; Paquistão; Polônia; Portugal; República Dominicana; República Tcheca; Rússia; Coreia do Sul; China; Tailândia; Singapura; Vietnã; Laos; Camboja; Filipinas; Malásia; Indonésia; Irã; Alemanha; Grécia e outros são acrescidos mensalmente a esta lista.

Estes países desde o primeiro momento, através de contatos e parceiros locais levaram alguns packs, um ou mais paletes e deram início ao processo de introdução, ficando comprometidos, após março de 2020, e estão retomando as operações, gradativamente e com novas expansões a cada dia. Devemos atingir, ao menos, 50 países no segundo semestre de 2023 e 100 países até final de 2025.

A partir de junho de 2021, iniciamos os rótulos Sleeve, personalizados para cada país e, com isso, conseguimos atender às demandas de nossos clientes/parceiros e público local com latas exclusivas, tanto do Açaí Motion® Regular como da versão Zero Açúcar.

Hoje existe envase descentralizado e devemos avançar com este processo, de forma própria ou com os parceiros/distribuidores locais, devendo seguir a seguinte etapa:

- 1) México – já em atividade e devendo ser modificado para aumentar a produção com novos distribuidores locais sediados em Monterrey com experiência e distribuição de outros produtos consolidadas.
- 2) EUA – devemos fazer o co-packer em uma fábrica no Arizona, na Flórida, na Filadélfia e outras unidades destes grupos envasadores. O processo foi iniciado, mas, devido à falta de latas, esteve parado. A produção começa a ser regular,



- devendo iniciar o envase ainda em 2023.
- 3) Japão – será feito o envase local no Japão, atendendo o mercado japonês e regional sob cuidado de nosso parceiro local K.K. Açaí Motion Japan Co., devendo produzir mais de 1 milhão de latas mensais já no final de 2024.
 - 4) Países Árabes – iniciaremos o envase nos Emirados Árabes Unidos ou na Arábia Saudita que servirá de HUB para todo o mercado da comunidade árabe e regional, tornando nosso Açaí Motion® ainda mais competitivo na questão logística.
 - 5) Europa – produzindo na Polônia e atendendo o leste europeu, existem algumas possibilidades de implantação de unidade produtiva em alguns outros países como Itália, Alemanha, Portugal, Espanha, Grécia, Suíça. Com as exportações iniciando através da Itália e atingindo oito países inicialmente. Iremos analisar a melhor oportunidade e logística integrada para atender os Hubs regionais dos distribuidores.
 - 6) África – hoje existe um interesse em implantação em Angola e na África do Sul, mas outras possibilidades serão analisadas no decorrer do próximo ano.
 - 7) Brasil – hoje contamos com algumas unidades de produção em co-packer homologadas, mas nossa principal produção é no Estado de São Paulo. Por toda análise feita, acreditamos que até final de 2027 já teremos o projeto de implantação pronto e sendo executado para uma unidade produtiva própria, com recursos estruturados via captação de recursos públicos e/ou privados ou outra forma com custos baixos, carência e prazo, devendo ser unidade modular e com possibilidade de ampliação (4x). A análise levará em consideração, principalmente, escoamento para exportação, mas também atendimento do mercado interno. Em paralelo, estamos estruturando as parcerias com copacker com outras fábricas pelo Brasil, nas Regiões Sul, Norte e Nordeste.

Sem dúvida, a implantação de uma unidade produtiva própria no Brasil e nos EUA, estrategicamente, nos dará consolidação e preparo ainda maior para uma abertura de capital dentro desta década.

A relação de países que devemos atuar nos consolidando de forma rápida e estruturada são:

Brasil, EUA, México, Japão, Grécia, Israel, Canadá, Colômbia, Equador, Bolívia, Costa Rica, Peru, Chile, Argentina, Uruguai, República Dominicana, Porto Rico, Inglaterra, Suécia, Holanda, Croácia, Sérvia, Polônia, Suíça, Alemanha, França, Espanha, Portugal, Itália, Marrocos, Egito, Rússia, Coreia do Sul, Austrália, Nova Zelândia, Irã, Ucrânia, Azerbaijão, Índia, Singapura, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, África do Sul, Bahrein, Qatar, Índia, Inglaterra, Leste Asiático entre outros.

Com isso, atingimos mais de 40 países e considerando o trabalho em quatro pontos da Europa, devemos estar presentes nos 50 países europeus até início de 2024.

O trabalho é contínuo e crescente, devendo ser permanente para obtenção deste crescimento após o período da Pandemia mais agressivo.

- **Para os países de exportação, há diferenciação da fórmula?**

No Brasil, desde o lançamento, nossa fórmula é única e diferenciada, utilizando os extratos naturais do açaí e guaraná e as vitaminas B equilibradas, sendo realmente um sabor exclusivo e para todos os gostos.

A exportação do produto fez com que diversos critérios técnicos e solicitações de



informações de cada país fossem atendidos. Para exportação, inicialmente, foi retirado da fórmula os corantes vermelho e azul, além do sorbato de potássio (como conservante) e foi acrescentado à fórmula o concentrado de cenoura negra como ingrediente, que atua como corante natural, tornando nosso produto ainda mais seletivo e exclusivo, pois existem poucos produtos no mundo que utilizam o concentrado de cenoura negra como ingrediente natural, sem alteração de cor e sabor, mantendo e preservando sempre a qualidade insuperável de nosso Açaí Motion®.

Hoje temos estas duas fórmulas que em breve deverão ser unificadas e manteremos apenas a que torna o produto inigualável.

- Existem pesquisas sobre a aceitação do produto no Brasil e em outros países?**
 Quando encerramos os estudos e chegamos ao produto em outubro/novembro de 2018, fizemos o envase de algumas milhares de latas, que enviamos para 62 países. Surpreendentemente, entre novembro de 2018 e fevereiro de 2019, recebemos o feedback positivo, de forma unânime em todos os países. Diversos quesitos e características tais como sabor, aroma, gaseificação, ingredientes, composição e quantidades foram avaliados de forma positiva, dando a certeza de termos criado um produto global, mesmo naqueles países que nunca ouviram falar de açaí, guaraná, sem precedente de gosto, sabor e aroma. No Brasil, logo no início, no carnaval de rua de Abaetetuba, no Pará, terra do Açaí, o Açaí Motion® circulou entre os foliões e foi aprovado de forma surpreendente, pois não é habitual, territorialmente falando, eles gostarem do Açaí processado e apresentado em lata, pronto para consumo, gaseificado.
- Quais são os principais concorrentes no Brasil. E no exterior, existe algo semelhante?**
 Até hoje não identificamos nenhuma bebida similar. As que existem, com o nome "Açaí", como é o caso do Red Bull Açaí e outros, são bebidas energéticas convencionais, sem qualquer similaridade com o Açaí Motion®. Ou são sucos, néctares e até mesmo outras que se passam por uma bebida saudável, mas são feitas sem qualquer critério e padronização, podendo inclusive gerar propaganda enganosa com características apresentadas que não correspondem à verdade. Por isso, estaremos desenvolvendo projetos junto à Amazônia, aos Estados da Amazônia Legal, às comunidades indígenas, buscando uma cadeia produtiva, com matérias-primas vindas diretamente das cooperativas das aldeias, gerando ainda mais independência econômica e social destas comunidades. Também por esta característica de exclusividade e não similaridade com nenhuma outra, criaremos um rótulo especial e personalizado para a Amazônia Legal e, assim, possa representar uma bebida 100% brasileira, feita com fruta de nossa Amazônia e que esteja presente em todas as atividades e eventos relacionados a Amazônia Brasileira.
- O produto é comercializado em todo o Brasil?**
 Ainda não, mas estamos em busca de distribuidores em todos os Estados para consolidar as vendas com o índice surpreendente de aceitação. O foco é mostrarmos



a viabilidade do negócio para todos que se interessarem. Além disso, implantamos um projeto nacional que foi desenvolvido conjuntamente com o Sebrae DF e Nacional onde criaremos o **Açaí Motion® Nano Partners**, uma revolução no conceito de operações para potenciais empreendedores no Brasil. A meta é atingir mais de 10.000 *Nano Partners*, possibilitando o tão sonhado negócio próprio, com viabilidade econômica, social, com gestão, governança corporativa, meio ambiente e sustentabilidade focados; e no nosso caso, com abordagem do extrativismo indigenista (ESG+I).

- **Quais mercados e supermercados vendem o produto?**

Hoje temos contrato com Carrefour (nacional, mas começou com 25 lojas em SP), Coelho Diniz e Dia% (MG), Assai Atacadista e estamos firmando acordos para iniciar na Rede Atacadão, Muffato, Festival, entre outras, que vêm sendo retomados os acordos e contratos que foram firmados desde 2019/2020.

- **Onde o produto é produzido?**

Hoje temos acordo de co-packer com diversas fábricas homologadas no Estado de São Paulo, e em breve no Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

- **Qual o market share da marca?**

Por se tratar de um lançamento no Brasil e no exterior, não existem números que possam ser tomados como referência neste momento, até pela questão da pandemia que mudou o cenário do que era em 2019, em franco crescimento, para o que estamos retomando hoje, com retomada do mercado e vendas. No entanto, podemos afirmar que estamos num crescimento exponencial que atingiria dentro do segmento uma participação de 1 a 2% em 2020 (se houvesse continuidade das vendas) e, hoje, estaríamos estimando em 4 a 5% de participação. A partir do próximo ano ou no decorrer deste ano, vamos atualizar os números e analisar o crescimento. A expectativa e objetivo é conseguir uma presença global em pelo menos 4% de participação do mercado consumidor deste segmento de bebidas energéticas, mas com a mudança de gênero e característica. Nosso objetivo é superar os 10% de participação num período de até quatro anos. Isso fará com que exista uma mudança de cenário global, colocando o Brasil dentro de um segmento onde jamais esteve presente, consolidando “marcas” brasileiras como Amazônia, Açaí e Guaraná. Queremos contribuir e muito para o desenvolvimento de nosso país perante o mundo.

- **Como é o mercado de bebidas energéticas? Quais os principais players?**

No Brasil, a produção de energéticos passou de um pouco mais de 63 mil litros em 2010, para quase 151 mil litros em 2020, segundo a ABIR – Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas. O consumo também subiu, gradativamente, nesse período e passou de 300 ml ao ano por habitante para 700 ml. Os principais players são multinacionais conhecidas e que criam produtos com intuito de atingir massivamente a população, sem a preocupação primordial com as características de saudabilidade, qualidade e padronização que é o DNA do Açaí Motion®.



- **É um produto com indicação apenas para adultos?**
Por não possuir substâncias artificiais que ativam a energia do corpo, Açaí Motion® pode ser consumido por toda a família. É uma bebida energética natural. Consideramos ser o “*The first global family drink*”.
- **Quais sabores o produto possui?**
O primeiro lançamento é o Açaí Motion® Regular, teremos a versão Zero Açúcar e depois a Power, que terá na fórmula a cafeína natural do chá verde. Será único no mercado por estas características, além dos aminoácidos convencionais.
- **Qual o valor médio comercializado?**
Hoje tem uma variação de R\$ 4,50 (numa promoção eventual) até R\$ 5,99 em supermercado de Rede. No entanto, em ambientes específicos como conveniências, bares, hotéis, restaurantes, academias, shows, festas, eventos, atividades esportivas etc., é regulado pelo próprio mercado e itens “similares” podem chegar até R\$ 10,00/R\$ 12,00 ou mais. Já no exterior, deverá ser vendido por volta de US\$2,00 a US\$2,20 como preço de saída para o consumidor.
- **O Açaí Motion® pode ser misturado a outras bebidas?**
O Açaí Motion® é uma bebida líquida, pronta para consumo, com características exclusivas, saudável, refrescante e pode ser utilizada de diversas formas: pura ou em drinks e misturas especiais. Caso o Açaí Motion® seja utilizado em drinks com bebidas alcoólicas, ele passa a ser indicado apenas para maiores de 18 anos.

