REALIZAÇÃO

OUTCAST VENTURES

DISTRITO

FOOD TECH 2022



PATROCÍNIO

Mondelēz International SNACKING MADE RIGHT

Nestlé Faz bem

APOIO

DANONE

Bioma. FOOD HUB

Sumário

Como se dividem as Foodtechs 07

Estatísticas 66

Investimentos 81

Ecossistema 91

Internacional 97

Tendências 101

Outcast Ventures



Outcast Ventures, prazer.

Somos uma empresa de investimentos especializada em foodtech. Temos a missão de simplificar o acesso ao capital para empresas de A&B, possibilitando que empreendedores visionários prosperem e contribuam com o desenvolvimento de soluções inovadoras para as ineficiências do sistema alimentar.

Enxergamos um futuro onde as foodtechs transformarão radicalmente a forma como os alimentos são produzidos, distribuídos e consumidos. Vivemos um momento de abundância de capital, mas que ainda não atingiu o ecossistema de alimentos e bebidas. Isto precisa mudar.

Possibilitamos acesso às melhores oportunidades de investimento e despertamos nos founders a mentalidade de fundraiser. Sabemos que a eficiência de capital é fundamental para levar as empresas mais longe e com maior rentabilidade.

Saiba mais em: theoutcast.ventures

Distrito



O Distrito é uma plataforma de inovação para startups, empresas e investidores que buscam o próximo passo de sua evolução. Unimos uma poderosa rede de conexões, dados, inteligência analítica, criativa e espírito empreendedor para contribuir ativamente com a transformação tecnológica que está mudando o mundo. Acreditamos na inovação aberta para construir um futuro melhor.

Nossa missão é sermos a principal fonte de inteligência sobre novas tecnologias e inovação no ecossistema empreendedor brasileiro.

Esse é o objetivo dos nossos materiais: gerar conhecimento, disseminar a cultura de inovação e incentivar o desenvolvimento desse ecossistema. Isso faz parte do DNA de todos os envolvidos na realização deste e de nossos outros estudos.

Saiba mais em: www.distrito.me

Metodologia

As startups analisadas no report foram selecionadas a partir de um trabalho minucioso de pesquisa e consulta ao banco de dados de startups proprietário do Distrito. Também foram realizadas consultas a bancos abertos e outras informações públicas.

As startups foram examinadas individualmente para verificar adequação ao tema do report e aos critérios de seleção estabelecidos. São eles:

• Ter a inovação no centro do negócio, seja na base tecnológica, no modelo de negócios ou na proposta de valor;

• Estar em atividade no momento da realização do estudo, medido pelo status do site e atividade em redes sociais;

• Desempenhar atividade diretamente relacionada ao tema Foodtech;

• Ter nacionalidade brasileira e operar atualmente no Brasil.

O trabalho de definição das categorias foi baseado em análise da literatura relevante e das classificações utilizadas amplamente no mercado, na América Latina e no mundo.

A definição da categoria a que pertence cada startup foi feita por nossa equipe, e, quando uma startup opera em mais de uma categoria, a situamos na que interpretamos como sua atividade principal ou de maior visibilidade.

Também temos uma preocupação em incluir somente aquilo que consideramos startups e, por mais que nosso critério para defini-las seja bastante amplo, excluímos alguns tipos de negócio que, embora muitas vezes se autodenominam startups, acabam fugindo do conceito. Isso inclui empresas que têm como característica principal serem:

• Software Houses (desenvolvimento de software sob demanda);

• Consultorias;

• Agências de marketing, publicidade e design.

Carta aberta para investidores e empreendedores

Toda vez que uma pessoa passa fome, nós (enquanto sociedade) estamos morrendo. Toda vez que uma empresa morre, nós (enquanto sociedade) estamos fracassando. O que esses dois problemas têm em comum? Acúmulo de riqueza. Nunca entendi de fato porque poucos têm tanto e muitos têm tão pouco (ou quase nada). Certamente não é por falta de esforço dos que não têm e/ou por mérito dos que têm. Isso me incomoda profundamente. 52,2% da população brasileira vive com algum tipo de insegurança alimentar. Isso significa que 116 milhões de pessoas não tem certeza se poderão se alimentar dignamente (quem dirá de forma saudável) em sua próxima refeição. Faça um exercício de empatia por um minuto. Acho que vai te embrulhar o estômago. Enquanto isso, 26,3 milhões de toneladas de alimentos são desperdiçadas por ano no Brasil. Sim, o problema não é a falta de comida, e sim como ela é distribuída.

38% das empresas morrem por problemas relacionados a acesso a capital. Isso significa que boa parte das maiores inovações do mundo morrem por falta de dinheiro. Excelentes times que criam produtos ou serviços incríveis e que endereçam problemas crônicos da sociedade simplesmente falham por não terem capital. Enquanto isso, em 2021 tivemos um novo bilionário a cada 2 dias - já somam 2.755 no mundo todo e concentram US$ 13.1 trilhões em riquezas. Sabe qual é o maior dilema das pessoas ultra ricas? Não saber o que fazer com o capital que têm. De novo, o problema não é a falta de dinheiro e sim como ele é distribuído.

As ineficiências do sistema alimentar global estão entre os principais problemas crônicos da sociedade, impactando diariamente a vida de 8 bilhões de pessoas. Insegurança alimentar, doenças causadas pela má alimentação e degeneração do meio ambiente, por exemplo, parecem piorar a cada ano. A humanidade teve avanços impressionantes nas últimas décadas, mas que pouco impactaram a dinâmica da cadeia do setor de A&B.

Por que isso acontece? No meu ponto de vista, porque acessar capital é um processo doloroso, complexo, ineficiente e restrito. Sofri isso na pele e vi dezenas de outros empreendedores com o mesmo desafio. Acredito que a solução passa por aí. É o que estou tentando construir nos últimos meses ao lado de um time de pessoas incríveis que enxergam a mesma coisa: um futuro onde as foodtechs transformarão a forma como produzimos, distribuímos e consumimos alimentos, ocupando papel protagonista na mudança da dinâmica econômica do setor.

Tenho orgulho em anunciar a chegada da Outcast Ventures. Somos uma plataforma global de investimentos especializada na cadeia de alimentos. Nossa missão é simplificar o acesso a capital para foodtechs.

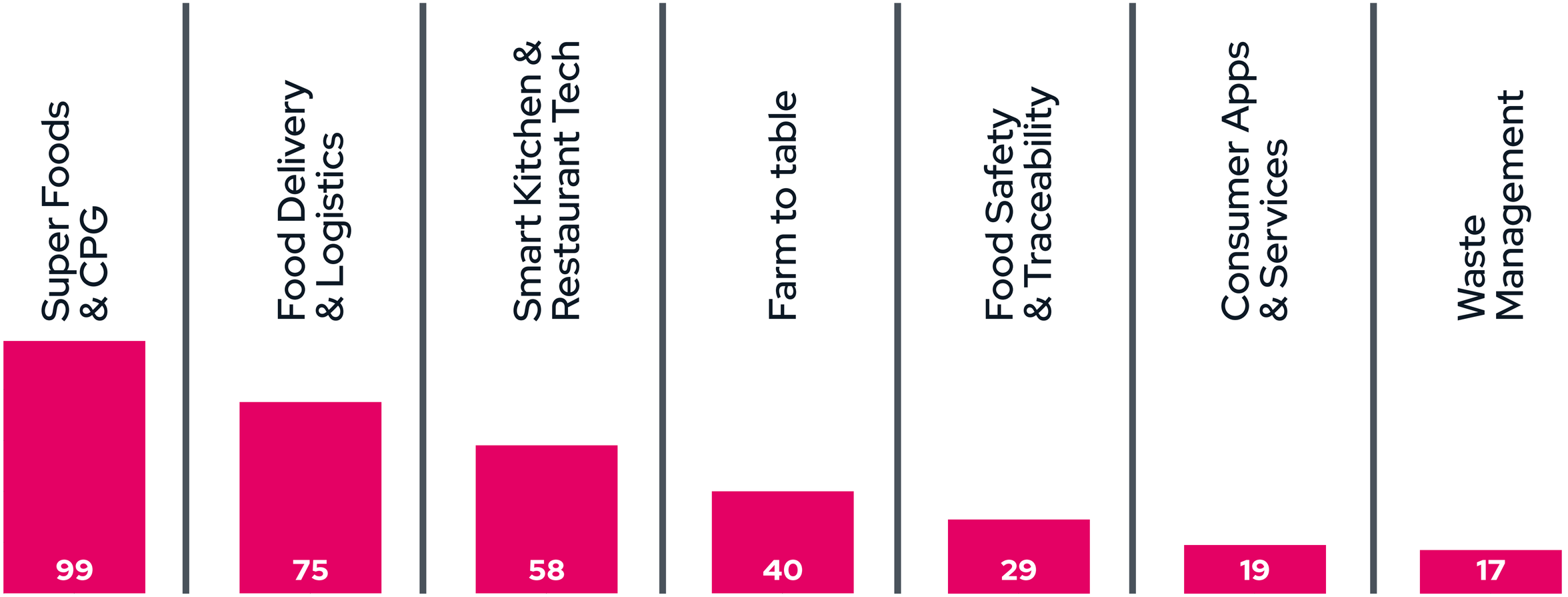
Dedico minha vida para que menos foodtechs morram por falta de capital e mais empresas prosperem para resolver as ineficiências do sistema alimentar. No fim do dia, para que ninguém tenha dúvidas se terá um prato de comida decente na próxima refeição.

José Rodolpho Bernardoni
Outcast Ventures

Como se dividem

as foodtechs

Categorias


Super Foods & CPG
99
Food Delivery & Logistics
75
Smart Kitchen & Restaurant Tech
58
Farm to table
40
Food Safety & Traceability
29
Consumer Apps & Services
19
Waste Management
17

Super Foods & CPG



Super Foods & CPG

Uso de tecnologia para a criação de novas categorias de alimentos e bebidas, por vezes associadas ao uso de matéria prima alternativa para se chegar a um novo produto para a indústria de alimentos.

SUBCATEGORIAS

Clean Label
Alimentos produzidos com menos aditivos químicos ou que utilizam matérias primas mais naturais.

Plant Based
Alimentos produzidos em laboratórios através da extração de proteínas e/ou laticínios alternativos, obtidas de verduras, legumes ou grãos.

Alimentos e Bebidas funcionais
Alimentos que oferecem benefícios além da nutrição, reduzindo riscos à saúde.

Suplementação Alimentar
Complemento alimentar para pessoas saudáveis que buscam fontes alternativas de vitaminas.

Alimentos à base de insetos
Alimentos produzidos utilizando insetos como matéria prima para sua fabricação.

Super Foods & CPG

Nº de startups	Subcategoria	%
45	Clean Label	45,4%
32	Plant Based	32,3%
15	Alimentos e Bebidas funcionais	15,1%
6	Suplementação Alimentar	6,0%
1	Alimentos à base de insetos	1,0%

Super Foods & CPG • FOODTECH • RADAR

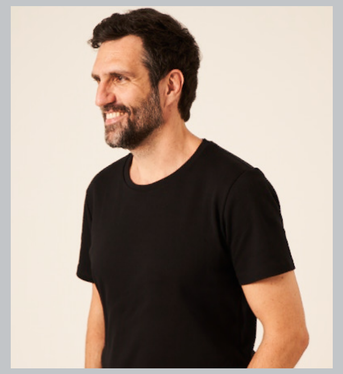
CLEAN LABEL

PLANT BASED

ALIMENTOS E BEBIDAS FUNCIONAIS

SUPLEMENTAÇÃO ALIMENTAR

ALIMENTOS À BASE DE INSETOS



FABRICIO RIBEIRO

CCO

NUDE

Investidor e empreendedor com uma missão: trabalhar para que o futuro da alimentação seja mais sustentável e diverso.

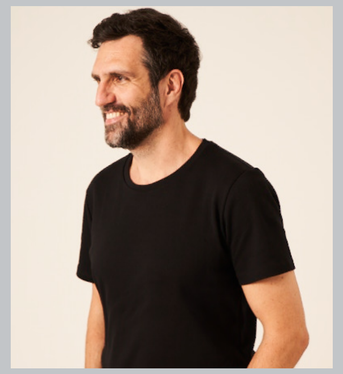
1/2

"A vantagem das foodtechs e agtechs é o olhar para o futuro, a criatividade e a velocidade rápida nas tomadas de decisões"

A alimentação é um dos setores mais importantes da economia pois está ligado diretamente à vida e por conta disso, caminha com os maiores desafios da humanidade afetando todos os objetivos da ONU. Como e quais as tecnologias que estão diminuindo essa complexidade e nos levando mais próximos ao futuro da alimentação mais sustentável?

Pare para pensar por um momento, em 2050 seremos aproximadamente 10bi de pessoas no planeta fazendo ao mínimo 3 refeições ao dia. Se considerarmos que em 2021 já consumimos 1,3x os recursos naturais para sustentar nosso estilo de vida na Terra, quantos planetas serão necessários em 3 décadas? Como poderemos alimentar todos com segurança, qualidade e estabilidade enquanto assistimos o mundo aquecer rapidamente? As consequências são visíveis hoje, regiões antes verdes se tornam desertos, as inundações mais frequentes tomando proporções bíblicas, safras inteiras sendo perdidas, clima instável e imprevisível e cadeias logísticas comprometidas. Movidos por essa e outras questões é que inovações e tecnologias surgiram e despontaram nos últimos 5 anos, pavimentando a maneira como o mundo passará a se alimentar no futuro.

Impressionante o avanço nas tecnologias para fermentação de precisão de proteínas a base plantas, capazes de recriar sabor e textura idênticas à de origem animal. As carnes cultivadas em laboratório já são uma realidade e podem ser consumidas em restaurantes em Cingapura. O Governo Chinês também incluiu o cultivo de carne em laboratório como parte do seu plano para a segurança alimentar de longo prazo. Nos últimos 2 anos foram investidos quase US$1bi nesse setor. Nesse mesmo segmento já possível hoje consumir leite de vaca, salmão, camarão e outras proteínas animais direto do laboratório, sem a necessidade de



FABRICIO RIBEIRO

CCO

NUDE

Investidor e empreendedor com uma missão: trabalhar para que o futuro da alimentação seja mais sustentável e diverso.

2/2

"A vantagem das foodtechs e agtechs é o olhar para o futuro, a criatividade e a velocidade rápida nas tomadas de decisões"

desmatar, abrir extensas áreas para cultivo em cativeiro ou pasto, tampouco cultivo de soja e milho para ração além de reduzir as emissões no transporte.
Vivemos um momento extraordinário e uma revolução incrível na indústria de alimentos, estamos perto de consumir verduras e legumes que serão produzidas em grandes fazendas verticais dentro das cidades, frutas colhidas por drones, triplicaremos a validade de legumes e verduras evitando o desperdício de alimentos. Sou bastante otimista com o futuro. ele será mais sustentável, diverso e inclusivo.

Quais as complexidades brasileiras para que uma empresa ligada ao futuro da alimentação prospere?
As complexidades são muitas, fiscais, regulatórios, logísticas, burocráticas, acesso limitado à capital (intelectual, tecnológico e financeiro). A cadeia de suprimento também é pouco sustentável e o acesso a novos ingredientes, embalagens e matérias primas é limitado. Muitas das grandes empresas de alimentação usufruem de benefícios fiscais generosos que perpetuam práticas pouco sustentáveis e desincentivam a competição justa graças ao lobby pesado junto ao Estado. É uma briga dura para quem vai começar do zero. A vantagem das foodtechs e agtechs é o olhar para o futuro, a criatividade e a velocidade rápida nas tomadas de decisões, o propósito em fazer a diferença da maneira correta e construir um futuro melhor e mais sustentável. Eu digo a quem está começando, não desanime, siga firme na sua missão, o mercado está mudando rápido e há muitos investidores em busca de oportunidades disruptivas no setor.

Super Foods & CPG Case

A **Nude.** (nude ponto) chegou ao mercado em dezembro de 2020 com leites plant-based desenvolvidos com base de aveia. Os produtos levam cereal, óleo de canola, cálcio, baunilha e cacau, todos livres de glúten, sem aditivos ou açúcar.

A empresa desenvolveu o primeiro leite de carbono neutro disponível no mercado e foi uma das primeiras marcas a colocar na embalagem a pegada de carbono utilizada em sua fabricação incentivando a transparência na indústria.

A Nude. está presente em cerca de 400 pontos de venda, além de ser usada por quase 100 cafeterias e estima-se vender 10 milhões de litros de leite nos próximos cinco anos.

Nude.

INVESTIMENTOS

DATA
2020

VALOR
USD 0,35M

ESTÁGIO
SEED

INVESTIDOR LÍDER
INVESTIDORES ANJO

DATA
27/01/2022

VALOR
USD 4,5M

ESTÁGIO
SERIES A

INVESTIDOR LÍDER
VOX CAPITAL

FUNDAÇÃO
2020

LOCALIZAÇÃO
SÃO PAULO

FUNDADORES
ALEXANDER APPEL E GIOVANNA MENEGHEL

* Números em milhões de dólares

HTTPS://HEYNUDE.COM.BR/ | WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/NUDE-PLANT-BASED-FOODS

Super Foods & CPG Case

A **Aleph Farms** cultiva bifes de carne bovina, a partir de células sem modificações genéticas, que são isoladas de animais vivos sem prejudicá-los, com um impacto significativamente reduzido ao meio ambiente. A visão da empresa é fornecer nutrição incondicional para qualquer pessoa, a qualquer hora, em qualquer lugar. A Aleph Farms lançou o primeiro bife cultivado do mundo em dezembro de 2018, o primeiro bife de costela em 2021 e recebeu o series B de US$ 105.000.000,00 também nesse ano.

Um dos diferenciais da carne da Aleph Farms foi a criação de um sistema alimentar autossustentável que fornece acesso contínuo a alimentos frescos para astronautas que viajam no espaço por longos períodos de tempo. Além de nutrir a saúde fisiológica, os alimentos frescos têm benefícios fundamentais para a saúde mental.



INVESTIMENTOS

DATA	DATA	DATA
01/01/2017	01/05/2019	07/06/2021
VALOR	**VALOR**	**VALOR**
USD 2.4 M	USD 12.0 M	USD 105.0 M
ESTÁGIO	**ESTÁGIO**	**ESTÁGIO**
SEED	SERIES A	SERIES B
INVESTIDOR LÍDER	**INVESTIDOR LÍDER**	**INVESTIDOR LÍDER**
-	VISVIRES NEW PROTEIN	DISRUPTAD, L CATTERTON

* Números em milhões de dólares

FUNDAÇÃO
2017

LOCALIZAÇÃO
REHOVOT, ISRAEL

FUNDADORES
DIDIER TOUBIA

ALEPH-FARMS.COM | **LINKEDIN.COM/COMPANY/ALEPH-FARMS**

Food Delivery & Logistics



Food Delivery & Logistics

Serviço de entrega de alimentos diretamente para o consumidor final, inclui também todos os novos intermediários e ferramentas utilizados para que o processo seja feito de uma maneira mais rápida e segura.

SUBCATEGORIAS

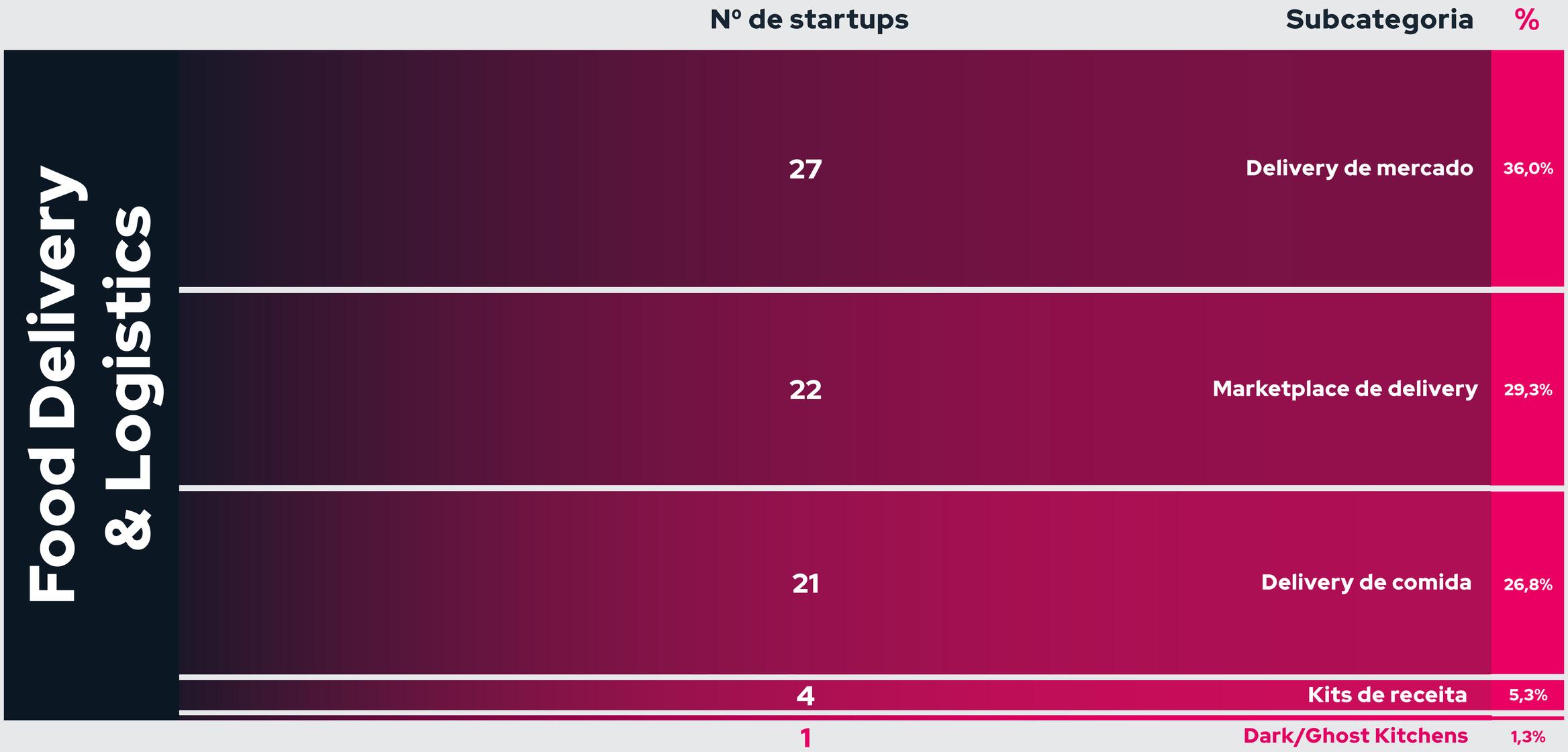
Delivery de mercado
Soluções que entregam compras de mercados.

Delivery de comida
Soluções que entregam refeições prontas ou congeladas.

Marketplace de delivery
Plataformas que intermediam a demanda e a entrega de alimentação entre consumidores e estabelecimentos.

Kits de receita
Serviço de entrega de ingredientes para que o consumidor faça sua própria refeição.

Dark/Ghost Kitchen
Cozinhas industriais próximas a centros urbanos que facilitam a entrega last mile.


Nº de startups
Subcategoria
%
Food Delivery & Logistics
27
Delivery de mercado
36,0%
22
Marketplace de delivery
29,3%
21
Delivery de comida
26,8%
4
Kits de receita
5,3%
1
Dark/Ghost Kitchens
1,3%

FOOD DELIVERY & LOGISTICS • FOODTECH • RADAR

DELIVERY DE COMIDA

apptite · chef meat · Chopp Fácil · Dieta express · Dieta do Chef · eats for you · Feel Joy · free soul food · Gourmetzinho · Have a Coffee · Liv Up · Liccofit · Make a Cake · Mi Petit · momom · Olga Ri · Roo · Vipx Gourmet · du local · Nana delivery · Frizata

DELIVERY DE MERCADO

Biomarket · Cachaçaria Nacional · caveon · Clube do Malte · Clube Café · dak · deju · epadoca · Empório da Cerveja · Faz Mercado · Feirissima · Greens Market · Home Refill · içougue · natue · nutfree · organomix · pegueleve · iFrutus · QR Drinks · Saidera Brasil · shopper.com.br · Shoppr · homelist · Supermercado now · Coffee Mate · zaply · favo

MARKETPLACE DELIVERY

99 Food · aiqfome · ALFRED · appedidos · boxdelivery · delivery much · EBA!FOOD · FAT Food at Time · GAYA FOOD · ifood · james · meentrega · onion menu · PEDEMENU · pedidos10 · quero delivery · QuiQ · ROBINFOOD · seu menu · topedindo · tonolucro · Zé Delivery de Bebidas

KITS DE RECEITA

Cozinhe.me · kookin · KUKE · The Market

DARK/GHOST KITCHENS

Cloud foods · eatopia



MARCOS GURGEL

DIRETOR DE CORPORATE VENTURES

IFOOD

O iFood é uma empresa brasileira de tecnologia, referência em delivery online de comida, com 60 milhões de pedidos mensais e 270 mil restaurantes, contando com importantes investidores como a Movile, líder global em marketplaces móveis, e a Just Eat, uma das maiores empresas do setor.

1/2

"Podemos esperar um futuro com mais conveniência para os consumidores ao mesmo passo que geramos impacto positivo para o meio-ambiente"

Seria impossível não notar a diferença que a pandemia trouxe no comportamento do consumidor em relação à forma que nos alimentamos e na mudança que os restaurantes tiveram para se adaptar a esse novo mercado. Quais as tecnologias que foram catapultadas por essa transformação e quais as novas ferramentas que desenham o futuro da entrega de alimentos?

Foi possível observar uma mudança no comportamento do consumidor porque agora o delivery é visto como algo funcional e não apenas para momentos de descompressão. Vemos várias pessoas usando o app no dia a dia para se alimentar e ter mais conveniência e não apenas aos finais de semana.

Do outro lado da mesa, vimos os restaurantes precisando adaptar mais suas operações para dar conta da alta demanda, ganhar mais eficiência, já que quando falamos de delivery, a velocidade da entrega, temperatura do alimento e embalagem, muitas vezes podem superar até mesmo a percepção de valor apenas no sabor do pedido.

Decorrente desse contexto, as tecnologias emergentes foram principalmente para ganho de eficiência logística e exploração de novos modais mais sustentáveis. Com uso de inteligência artificial conseguimos alcançar patamares jamais vistos no otimização de rotas, velocidade da entrega e alocação da frota. Em novos modais, avançamos nos primeiros testes com drones, sendo a primeira empresa regulamentada pela ANAC podemos explorar esse modal e estamos investindo em modais sustentáveis como motos elétricas e bikes ergométricas semi-elétricas feitas exclusivamente para o delivery. Podemos esperar um futuro com mais conveniência para os consumidores ao mesmo passo que geramos impacto positivo (exemplo: embalagens retornáveis) para o meio-ambiente.



MARCOS GURGEL

DIRETOR DE CORPORATE VENTURES

IFOOD

O iFood é uma empresa brasileira de tecnologia, referência em delivery online de comida, com 60 milhões de pedidos mensais e 270 mil restaurantes, contando com importantes investidores como a Movile, líder global em marketplaces móveis, e a Just Eat, uma das maiores empresas do setor.

2/2

"Podemos esperar um futuro com mais conveniência para os consumidores ao mesmo passo que geramos impacto positivo para o meio-ambiente"

O mercado de marketplace de entregas de alimentos passou de uma explosão de aplicativos de entrega de refeições para uma fase de consolidação tanto de ofertas como um super app que entrega mercado, eletrônicos, etc, até consolidação de empresas com aquisições e fusões acontecendo em níveis globais. Como o mercado está se desenhando e qual o futuro desse mercado de entregas?

Sem dúvidas uma das principais tendências para o setor é o open-delivery. Dado a pulverização de muitas plataformas que suportam os sellers, é necessário colocar os mesmos no centro e facilitar sua operação para que foquem em vender mais. Os aplicativos que não entenderem essa lógica de integração e não tiverem abertura para complementarem novos ecossistemas podem acabar ficando para trás.

Além disso, podemos destacar a explosão de uma nova modalidade que caiu no gosto do brasileiro, a priori ainda nos grandes centros: a ultra-conveniência. Impulsionada pela expansão de dark-stores, concatenando a oferta em centros logísticos de alta concentração populacional, e permitindo uma alta eficiência na expedição, temos cada vez mais pedidos sendo entregues mais rápidos.

O desafio é acertar nas categorias com maior giro e o próprio custo envolvido em real estate desse modelo, que vai nortear a expansão do setor nos próximos anos.Devemos observar uma maior automação e robotização nos processos logísticos, ainda que no começo mais in-house, mas que com o tempo devem se desdobrar em diversos aplicações de IoT para gerar ainda mais eficiência e resultando em mais comodidade aos consumidores.

Food Delivery & Logistics Case

A **Olga Ri** é uma startup de alimentos que opera a partir de cloud kitchens entregando saladas para clientes residenciais e corporativos.

Opera em galpões no Itaim, Vila Olímpia, Mooca, Lapa, Santana e Jardins, todos em São Paulo e atende mais de 14 mil clientes por mês com plataforma própria de delivery e marketplaces de deliverys como Ifood, Rappi e Uber Eats. Entre os próximos passos está o plano de abrir um restaurante físico.

Os clientes podem escolher entre saladas prontas ou montadas, em dois tamanhos, selecionando bases, complementos e molhos. Os ingredientes são sazonais e mudam ao longo do ano. Sopas e bowls também fazem parte do cardápio.

INVESTIMENTOS

DATA
2020

VALOR
USD 1,5M

ESTÁGIO
SEED

INVESTIDOR LÍDER
KASZEK

FUNDAÇÃO
2016

LOCALIZAÇÃO
SÃO PAULO -SP

FUNDADORES
BEATRIZ BAHMDOUNI
BRUNO SINDICIC
CRISTINA SINDICIC

* Números em milhões de dólares

OLGARI.COM.BR | LINKEDIN.COM/COMPANY/OLGA-RI

Food Delivery & Logistics Case

A **Karma Kitchen** transforma espaços industriais em belas cozinhas comerciais, co-workings e espaços para armazenamento. O modelo de negócio da startup inclui a construção, equipagem e gestão dos espaços para locação.

O objetivo da Karma Kitchen é fornecer espaço de trabalho que engloba todas as necessidades de um negócio de alimentos e bebidas, permitindo que as empresas cresçam e escalem. O modelo de negócios é conhecido no Brasil como as dark kitchens, e teve um grande crescimento durante a pandemia conforme as restrições de circulação aumentaram o número de pedidos de delivery e diminuíram a necessidade de espaços físicos.

A startup fundada em 2018 recebeu um cheque Series A com valor superior a EUR 250M apenas dois anos após sua fundação, se beneficiando do momento em que as dark kitchens se tornaram tendência globalmente.



INVESTIMENTOS

DATA
13/06/2020

VALOR
USD 280M

ESTÁGIO
SERIES A

INVESTIDOR LÍDER
VENGROVE

FUNDAÇÃO
2018

LOCALIZAÇÃO
GREATER LONDON - LONDRES

FUNDADORES
ECCIE NEWTON
GINI NEWTON

* Números em milhões de dólares

KARMAKITCHEN.CO | LINKEDIN.COM/COMPANY/KARMA-KITCHEN

Smart Kitchen & Restaurant Tech



Smart Kitchen & Restaurant Tech

Aplicações usadas para melhor gestão dos processos internos e aumento de eficiência de uma cozinha, inclui também aplicações usadas pelo consumidor final para melhor interação no food service.

SUBCATEGORIAS

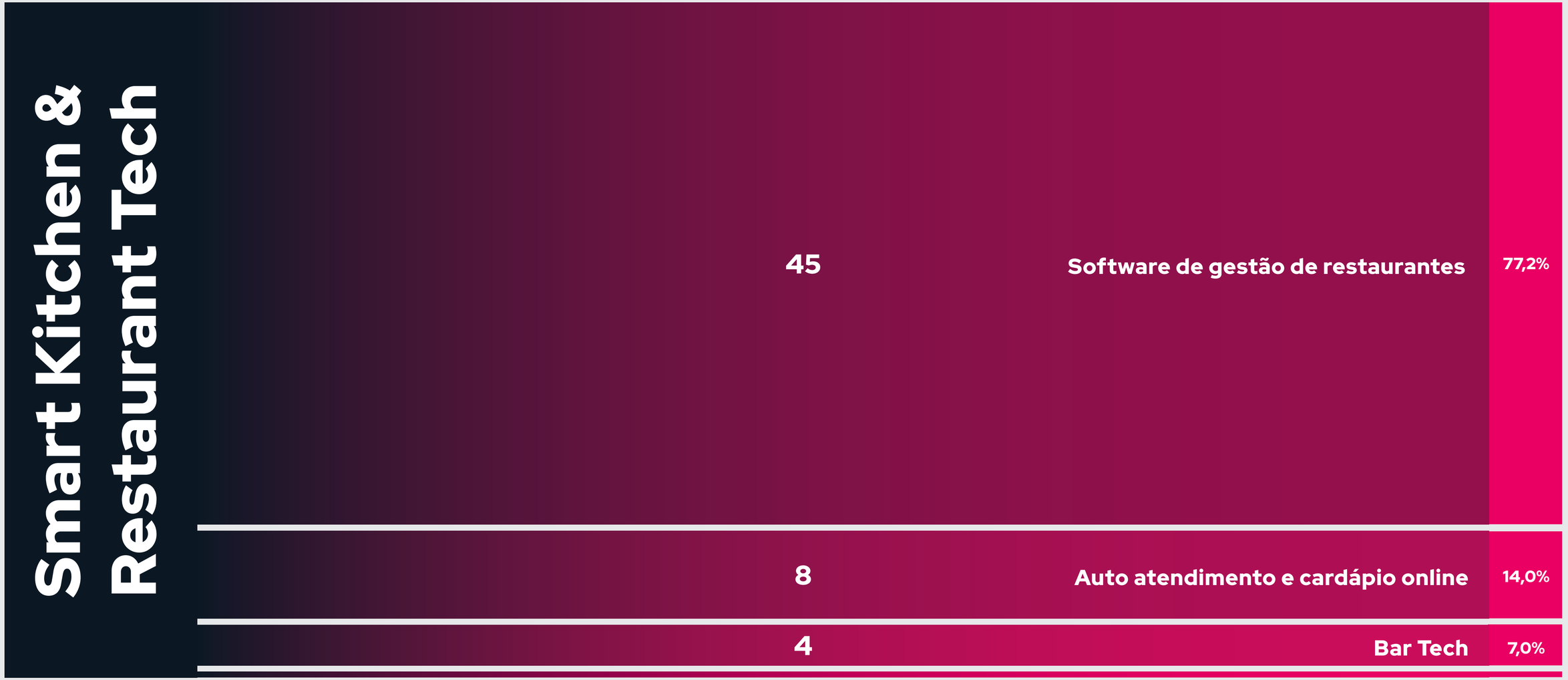
Software de gestão de restaurantes
Sistemas que auxiliam a gestão de restaurantes, financeira e contábil.

Auto atendimento e cardápio online
Soluções que agilizam os processos no food service.

IOT para equipamentos e utensílios
Maquinário que aumenta a eficiência da cozinha industrial.

Bartech
Soluções para bares e restaurantes focados em bebidas.

Smart Kitchen & Restaurant Tech



SMART KITCHEN & RESTAURANT TECH • FOODTECH • RADAR

BARTECH

beer MINE choose, serve & enjoy

beerpass autosserviço de chopp

BIER HELD

CHOPPUP

fluit

IOT PARA EQUIPAMENTOS E UTENSÍLIOS

bionicook

AUTO ATENDIMENTO E CARDÁPIO ONLINE

DGUESTS

goomer

MenuQR

Menyoo

yummy

MENU DIGITAL

supermenu

IRIS pay

moonwalk

SOFTWARE DE GESTÃO DE RESTAURANTES

alimentares

amodelivery

brazicom

chefpro

controle na mao

Demandiac

DRIVETRUE

FILIAL DIGITAL

get in

giinger foodtech

HUSKY

goodchef

OpenFood

linked

MENEW

menu control

ZYGO

MOGO SMART

DELIVERY SPEED

NetFoods

OnHere

PedeLogo

PriceSurvey

proapp me

CONSUMER

RESERVATIO

SUFLEX COMIDA INTELIGENTE

Saipos

Seatec

Sischef sischef.com

sizeUP

SmartKitchen

SMARTMENU

anota AI

Trofitic

VIRGO

vitto

VocêQpad

WABIZ NEGÓCIOS INTELIGENTES

WORC EMPREGABILIDADE

Sweet Bite professional

MEURANGO

cayena

mercafacil

NUTREBEM

zak



SIMONE GALANTE

FUNDADORA E CEO

GALUNION - CONSULTORIA PARA FOODSERVICE

Simone é fundadora da Galunion, empresa especializada em inovação, conteúdo e consultoria para foodservice. Mãe e empreendedora. Engenheira de Alimentos. Curadora de eventos como NRA Show, Fancy Food, NRF, GLRC e WebSummit (Oasis Lab).

1/3

"A tecnologia como facilitadora para atender as necessidade e demandas do novo consumidor e garantir produção e serviço de forma humana, eficiente e sustentável."

Nas últimas décadas vimos uma mudança de comportamento digital nos consumidores, o que influenciou a forma que eles consomem seus alimentos e refeições, e que agora estamos vendo com mais força nos restaurantes, quais são as principais mudanças e como os restaurantes estão lidando com elas?

A pandemia e as restrições impostas pela mesma aceleraram muito o processo de digitalização do consumidor. Em um primeiro impacto no food service foi a necessidade de adaptação rápida para o modelo delivery. Sim, o delivery que já existia, mas se tornou um agente de disrupção em 2020 e se tornou essencial para a sobrevivência de muitos negócios.

Como resposta a outros desafios impostos pela pandemia vimos o crescimento das Dark e Cloud Kitchens, e a proliferação de marcas 100% virtuais. Alguns restaurantes optaram por operar cozinhas apenas para delivery, estrategicamente localizadas para aumentar a eficiência das entregas; outros viram a oportunidade de ocupar espaços subutilizados em suas cozinhas para criar marcas novas, exclusivamente virtuais, diversificando sua oferta e podendo testar novos pratos sem impacto na marca original, entre outras estratégias.

Para gerir essa nova complexidade, muitos passaram por uma transformação digital – que englobou a digitalização de processos, funções e um repensar em como entregar mais valor para o cliente. Vimos a proliferação de soluções integrando a captação de clientes, gestão de pedidos, entrega e atualização dos menus em diversas plataformas online.

Com o aumento da digitalização e do *social commerce*, os operadores viram a necessidade de estar cada vez mais presente onde o consumidor está, tendo que gerir vendas em diversos canais (canais próprios e de terceiros, diversas redes sociais, sem esquecer do estabelecimento físico - quando existente - que começava a



SIMONE GALANTE

FUNDADORA E CEO

GALUNION - CONSULTORIA PARA FOODSERVICE

Simone é fundadora da Galunion, empresa especializada em inovação, conteúdo e consultoria para foodservice. Mãe e empreendedora. Engenheira de Alimentos. Curadora de eventos como NRA Show, Fancy Food, NRF, GLRC e WebSummit (Oasis Lab).

2/3

"A tecnologia como facilitadora para atender as necessidade e demandas do novo consumidor e garantir produção e serviço de forma humana, eficiente e sustentável."

reabrir). Muitos sistemas de gestão passaram a incluir também soluções e ferramentas tanto para facilitar a gestão e impulsionar a presença digital da marca, bem como para digitalizar serviços no estabelecimento (como menu via QR-code, pedido e pagamento digital e soluções *contactless* e de autoatendimento).

Durante o isolamento social, causado pela pandemia do coronavírus, vimos restaurantes conhecidos como tradicionais adicionando tecnologias nos seus processos para entregar as refeições ao consumidor. Quais outros paradigmas estão sendo quebrados e quais as novas funções de um restaurante tecnológico?

A análise dos dados derivados do consumo digitalizado permite conhecer melhor o cliente para atender suas necessidades e criar fidelidade. O emprego de tecnologia tanto na gestão quanto na produção de um estabelecimento de food service (como no caso de automação e equipamentos inteligentes e conectados ao sistema de gestão) libera os funcionários para atender essas necessidades sem perder a hospitalidade e cultura da marca, a conexão humana, que tem sido cada vez mais buscada pelos consumidores após tanto isolamento.

A tecnologia cada vez mais é usada para prover soluções aos desafios do setor. Acreditamos que um restaurante tecnológico terá soluções baseadas em tecnologia para:

1. Atrair clientes e manter/crescer as vendas;

2. Lidar com a Gestão do Menu e do Supply Chain, de modo a contornar os efeitos da inflação e aumento de custos em geral;

3. Ferramentas para compreensão detalhada da performance do negócio e novos equipamentos/processos para mantê-lo lucrativo;



SIMONE GALANTE

FUNDADORA E CEO

GALUNION - CONSULTORIA PARA FOODSERVICE

Simone é fundadora da Galunion, empresa especializada em inovação, conteúdo e consultoria para foodservice. Mãe e empreendedora. Engenheira de Alimentos. Curadora de eventos como NRA Show, Fancy Food, NRF, GLRC e WebSummit (Oasis Lab).

3/3

"A tecnologia como facilitadora para atender as necessidade e demandas do novo consumidor e garantir produção e serviço de forma humana, eficiente e sustentável."

4. Uso de tecnologia para identificar melhores pontos, concorrência, novos franqueados e regiões para expansão dos negócios;

5. Ferramentas para recrutamento, qualificação e gestão de pessoas em restaurantes;

6. Soluções para ajudar no fluxo de caixa e pagamento de dívidas.

O novo restaurante tem um papel que engloba cuidar de seu cliente e de sua equipe, mas também de sua comunidade e seu planeta: isso trará inúmeras oportunidades para Foodtechs que tenham compromisso com ESG, preservando os interesses do impacto social e ambiental, diversidade e governança nas empresas.

Smart Kitchen & Restaurant Tech Case

A **Goomer**, fundada em 2014 em Sorocaba, é uma foodtech com uma solução voltada para digitalização de restaurantes, para esse propósito tem 4 soluções: um totem para auto atendimento, um cardápio digital no tablet, cardápios via QR Code e um cardápio online para pedidos via whatsapp.

Apesar do momento complicado para os restaurantes durante a pandemia, a startup alavancou seus resultados com as soluções de digitalização do atendimento feito no balcão e cardápios digitais em tablets e smartphones, que diminuiam o contato entre funcionários e clientes.

Posteriormente a Goomer ainda desenvolveu um aplicativo de entrega próprio e gratuito para comerciantes que queriam evitar as principais plataformas de delivery por contas de suas taxas.



INVESTIMENTOS

DATA 01/08/2018	**DATA** 01/03/2020	**DATA** 21/09/2021
VALOR USD 0.7 M	**VALOR** USD 0.4 M	**VALOR** USD 2.8 M
ESTÁGIO SEED	**ESTÁGIO** VENTURE DEBT	**ESTÁGIO** SERIES A
INVESTIDOR LÍDER DOMO INVEST	**INVESTIDOR LÍDER** BRASIL VENTURE DEBT	**INVESTIDOR LÍDER** DOMO INVEST

FUNDAÇÃO
2014

LOCALIZAÇÃO
SOROCABA - SP

FUNDADORES
FELIPE M. LO SARDO;
RAFAEL MARCILI LAGANARO;
DANIEL WASSANO

* Números em milhões de dólares

GOOMER.COM.BR | LINKEDIN.COM/COMPANY/GOOMER

Smart Kitchen & Restaurant Tech Case

A **Redefine Meat** produz carnes à base de plantas com o mesmo sabor, textura e versatilidade que a carne animal. Todas as carnes são veganas, livres de gordura saturada, antibióticos, colesterol, são mais saudáveis e custam menos que a carne bovina. A startup pratica a sustentabilidade, pois cada quilo de carne reduz mais de 25 quilos de ração e 20.000 litros de água, que seriam utilizados para produzir carne animal.

A Redefine Meat foi a primeira empresa do mundo a criar bifes através da impressão 3D e inteligência artificial. A impressão 3D permite a produção de geometrias exatas que podem duplicar as estruturas musculares e de gordura encontradas em cortes de carne. A impressão 3D também oferece a flexibilidade para imprimir diferentes formas, tamanho, sem precisar redefinir as máquinas.

INVESTIMENTOS

DATA
11/09/2019

VALOR
USD 6 M

ESTÁGIO
SEED

INVESTIDOR LÍDER
CPT CAPITAL

DATA
16/02/2021

VALOR
USD 29 M

ESTÁGIO
SERIES A

INVESTIDOR LÍDER
HANACO VENTURE CAPITAL, HAPPINESS CAPITAL

FUNDAÇÃO
2018

LOCALIZAÇÃO
REHOVOT - ISRAEL

FUNDADORES
ADAM LAHAV
ESHCHAR BEN-SHITRIT

* Números em milhões de dólares

REDEFINEMEAT.COM | LINKEDIN.COM/COMPANY/REDEFINEMEAT

Farm to table



Farm to table

Movimento que tem como objetivo aproximar o produtor do consumidor, diminuindo a quantidade de intermediários no processo e aumentando a eficiência da cadeia de suprimentos.

SUBCATEGORIAS

Do Produtor para o Consumidor
Soluções que entregam alimentos da fazenda para a casa do consumidor.

Fazenda Urbana
Espaços próximos a centros urbanos reservados para a plantação de verduras e legumes.

Fazenda Vertical
Prédios estufas desenhados com tecnologia que permitem que o modelo de fazenda ganhe escala nos centros urbanos.

Gestão para produtores
Sistemas que auxiliam a gestão de produtores rurais, financeira e contábil.

Farm to table

Nº de startups	Subcategoria	%
24	Do Produtor para o Consumidor	60%
8	Fazenda Urbana	20%
4	Gestão para produtores	10%
4	Fazenda Vertical	10%

FARM TO TABLE • FOODTECH • RADAR

DO PRODUTOR PARA O CONSUMIDOR

Agrai
allps alimentos saudáveis
bejo
CAIXA COLONIAL .CLUB
CLUBE ORGÂNICO
Horta na Porta
fazendinha em casa
Sumá
FRESH mercado de orgânicos
Frexco Acabamos de colher
muda meu mundo COMPRE BEM E FAÇA O BEM
Nutriens
olha o peixe
ONISAFRA
ORGÂNICOS DA VILA
ORGÂNICOS in box
PONTO VERDE orgânicos
raeasy
RAÍZS
Santa Food
RaizFoods Seu corpo, seu templo.
UBAIA
verduranet PLANTANDO CUIDADOS, COLHENDO QUALIDADE
[eu] orgânico saúde colhida na horta

FAZENDA URBANA

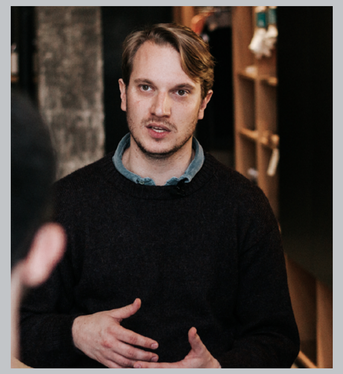
babilônia
BeGreen
C4 CIENTÍFICA
PLANTÁRIO HORTA EM CASA
fazenda cubo
fazu rede de fazendas urbanas
Homeponic Feeding in the new millennium
minhorta
brota

FAZENDA VERTICAL

100% LIVRE ZERO AGROTÓXICOS + SABOR
Aguapé
mighty greens
Pink Farms

GESTÃO PARA PRODUTORES

checkplant
Gestor Orgânico
tiffin foods
local.é



LUIZ MILECK

CEO

LOCAVORISTA

Nascido em Curitiba, Luiz Mileck é Engenheiro Mecânico, Master of Degree na França em Engenharia, Mestre em Design da Informação e Especialista em Empreendedorismo Social. Founder da Casa Locavorista, atualmente dirige o LocavoristaLAB, seu braço de inovação.

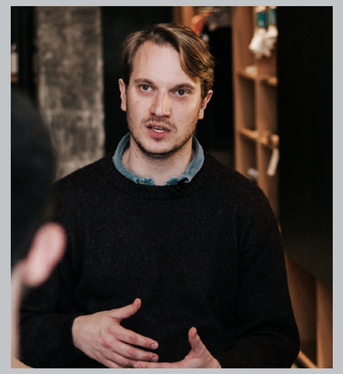
1/2

"Atenção grandes empresas: o conceito farm to table não é o futuro, pois já está acontecendo e a descentralização e a tecnologia irão levar o conceito para outro patamar."

Não dá para falar de farm-to-table sem lembrar da *Nouvelle Cuisine*, movimento gastronômico que fugia dos molhos pesados da cozinha clássica para uma cozinha mais leve e que usa ingredientes frescos e preparados na hora. Este movimento aconteceu na década de 70 na França e ficou muito conhecido através de chefs como Paul Bocuse e Jean Pierre Troisgros.

Até os dias de hoje o conceito farm-to-table conseguia espaço apenas nos restaurantes estrelados e servia para atrair consumidores exigentes, além de é claro garantir um produto de qualidade para a lista de compra dos chefs destes restaurantes. O termo tinha dificuldade em descer o degrau do mercado gourmet, mas isso começou a mudar em 2018, quando faltou produtos básicos da dieta do brasileiro na greve dos caminhoneiros, e ainda mais consistente em 2020, na primeira onda da pandemia Covid-19. Estes dois acontecimentos mostraram que, muito além do mercado gourmet, o conceito farm-to-table é necessário para garantir a soberania alimentar de uma região ou de um país.

O movimento farm-to-table, que pode ser confundido sem muitos problemas com Slowfood, Locavorismo ou Quilômetro Zero, está mais atual do que nunca: visto como moderno e sustentável o conceito contemporâneo de farm-to-table pode ser escalonável sim, porém isso deve acontecer de forma descentralizada. Os movimentos foram até hoje bastante horizontais quando se imagina mudanças no setor alimentar, com concentração de produção, distribuição e venda. Porém a descentralização está acontecendo e é notória a quantidade de empreendimentos menores que estão surgindo. Basta lembrar que antes existia uma grande padaria ou cafeteria no bairro, hoje encontramos dezenas delas as vezes no mesmo quarteirão.



2/2

"Atenção grandes empresas: o conceito farm to table não é o futuro, pois já está acontecendo e a descentralização e a tecnologia irão levar o conceito para outro patamar."

LUIZ MILECK

CEO

LOCAVORISTA

Nascido em Curitiba, Luiz Mileck é Engenheiro Mecânico, Master of Degree na França em Engenharia, Mestre em Design da Informação e Especialista em Empreendedorismo Social. Founder da Casa Locavorista, atualmente dirige o LocavoristaLAB, seu braço de inovação.

Esta descentralização está acompanhando o movimento farm-to-table, com uma preocupação do empreendedor em ter insumos de produtores locais. E com isso muitos serviços de gestão e logística estão andando junto com esta evolução para a descentralização, como os aplicativos que reúnem prestadores de serviço que vão desde a entrega até a contabilidade destes pequenos empreendedores.

Neste contexto, a relação entre o produtor, intermediários e consumidor final está se redesenhando para algum lugar cada vez mais personalizado, e portanto, será acompanhado pela descentralização de serviços e uso de novas tecnologias de curadoria de fornecedores, comunicação com o público final, gestão financeira e administrativa mais apropriada para o dia a dia do empreendedor, etc.

Farm to table Case

A **Pink Farms** cria tecnologias para produção de hortaliças no ambiente urbano através de produção verticalizada, realizando a produção, industrialização e entrega para pessoas e empresas.

Os produtos da Pink Farms são orgânicos, rastreáveis, colhidos no dia do consumo e necessitam de 95% menos água do que as hortaliças cultivadas no campo.

A fazenda vertical produz cerca de 3 toneladas por mês e até 130 vezes mais por metro quadrado de solo, já está presente em mais de 75 pontos de venda e está na fase de tração.

INVESTIMENTOS

DATA	DATA	DATA
01/05/2018	01/07/2019	01/03/2021
VALOR	**VALOR**	**VALOR**
USD 0.56 M	USD 0.52 M	USD 0.86 M
ESTÁGIO	**ESTÁGIO**	**ESTÁGIO**
PRÉ-SEED	SEED	CROWDFUNDING
INVESTIDOR LÍDER	**INVESTIDOR LÍDER**	**INVESTIDOR LÍDER**
CAPITAL LAB VENTURES, SP VENTURES	CAPITAL LAB VENTURES, SP VENTURES	-

FUNDAÇÃO
2016

LOCALIZAÇÃO
SÃO PAULO -SP

FUNDADORES
MATEUS PEREIRA DELALIBERA
RAFAEL PEREIRA DELALIBERA
GERALDO MAIA

* Números em milhões de dólares

PINKFARMS.COM.BR | LINKEDIN.COM/COMPANY/PINKFARMS

Farm to table Case

A **AeroFarms** usa os mais recentes avanços na agricultura vertical interior, inteligência artificial e biologia vegetal para melhorar a forma como os produtos frescos são cultivados e distribuídos local e globalmente.

Há três pilares que guiam a operação da startup, sendo: agricultura comercial, uma vez que oferecem mais de 550 variedades diferentes de frutas e vegetais; Inovação de ponta, pois desenvolveram sua própria plataforma tecnológica que possui mais de 250 divulgações de invenções, dentre elas a rastreabilidade dos produtos; Ciência de dados, pois as fazendas inteligentes são totalmente conectadas com rede de sensores que alimentam uma vasta base de insights de dados, coletadas ao longo de 15 anos de operações, dando capacidade para entendimento das plantas.

INVESTIMENTOS

DATA	08/02/2010	17/02/2010	10/12/2015	03/05/2017	30/10/2017	08/06/2019
VALOR	USD 0.5 M	USD 5.0 M	USD 20.0 M	USD 35.0 M	USD 40.5 M	USD 100.0 M
ESTÁGIO	SEED	SERIES A	SERIES B	SERIES C	SERIES D	SERIES E
INVESTIDOR	-	**LÍDER** -	-	NEWARK VENTURE PARTNERS	MERAAS	INGKA GROUP

FUNDAÇÃO
2004

LOCALIZAÇÃO
NEW JERSEY - USA

FUNDADORES
DAVID ROSENBERG
MARC OSHIMA

AEROFARMS

* Números em milhões de dólares

AEROFARMS.COM | LINKEDIN.COM/COMPANY/AEROFARMS

Food Safety & Traceability



Food Safety & Traceability

Soluções tecnológicas usadas para aumentar a vida útil dos alimentos e identificar quando não estão mais próprios para o consumo, nessa categoria vemos também soluções para rastreabilidade na cadeia de suprimentos.

SUBCATEGORIAS

Gestão da cadeia de abastecimento
Soluções que auxiliam na logística e cadeia de suprimentos de mercados.

Monitoramento de qualidade
Ferramentas que auxiliam o consumidor final a consultar a qualidade de produtos em mercados.

Rastreabilidade
Soluções de rastreamento da cadeia de suprimentos de alimentos.


Nº de startups
Subcategoria
%
Food Safety & Traceability
14
Gestão da cadeia de abastecimento
43,8%
9
Monitoramento de qualidade
31,0%
6
Rastreabilidade
20,7%

FOOD SAFETY & TRACEABILITY • FOODTECH • RADAR

GESTÃO DA CADEIA DE ABASTECIMENTO

anthor
flowins
GELB market
Frezze
MERCADINHO
Zaitt
market4u no seu tempo, do seu jeito
teleporting
POCKET MARKET
Milk's rota Gestão da Coleta de Leite
snackin
pantore
PACKID
Clubbi
SMART BREAK
Mercê DO BAIRRO
vendify
newtail

MONITORAMENTO DE QUALIDADE

Alérgicos: Contém
bionexus ALLAGRO
BRAZIL BEEF QUALITY
Iq INQUÍMICA
NutriesCloud
neoprospecta microbiome technologies
ilergic
onexo
LOOMOS

RASTREABILIDADE

AgTrace
amachains
eco trace
ELYSIOS
PARIPASSU
safe TRACE
BIOCA



THOMAZ FALCÃO

FOUNDER E CEO

BIOCA RASTREABILIDADE

A Bioca é uma plataforma de rastreabilidade de cadeias de suprimento sustentáveis, que utiliza ferramentas da web3 como blockchain, tokenização, meta-verso para permitir a transparência e aumentar a confiança nas transações e conhecer a origem do que se consome.

1/2

"Sustentabilidade e tecnologia aliadas na geração de impacto positivo das cadeias de suprimentos"

Quais tecnologias estamos implementando na Rastreabilidade, Gestão da cadeia de abastecimento e no Monitoramento de qualidade para que o processo evolua e fique mais sustentável?

É inegável que os sistemas globais agroalimentares precisam ser transformados. Cerca de 80% da população de baixa renda do mundo vive em áreas rurais, e depende principalmente da agricultura para sua subsistência. De acordo com a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), a produção agrícola é também a principal causa da degradação ambiental e da perda de biodiversidade globalmente.

Nesse contexto, a blockchain, tecnologia de registro de dados distribuídos que serve como base para as criptomoedas, vem ganhando cada vez mais relevância para as cadeias de suprimentos de alimentos. Suas funcionalidades possibilitam total transparência e geram maior confiança entre as partes interessadas, reduzindo ineficiências ao longo da cadeia de valor e permitindo economia de custos modernas e possíveis de serem testadas. E muitas vezes, como se deseja criando uma forma de monetizar ainda mais eficiente.

Existe um paradigma que é o quanto o consumidor enxerga e dá valor a este esforço. Quando falamos de mainstream sabemos que ainda não é grande, e que se faz necessária a educação contínua, para que ao longo do tempo, ele possa cobrar mais da própria indústria a evolução de todo o sistema. Alguém tem que começar, precisamos das soluções dos novos, mas do comprometimento de quem domina o mercado.



THOMAZ FALCÃO

FOUNDER E CEO

BIOCA RASTREABILIDADE

A Bioca é uma plataforma de rastreabilidade de cadeias de suprimento sustentáveis, que utiliza ferramentas da web3 como blockchain, tokenização, meta-verso para permitir a transparência e aumentar a confiança nas transações e conhecer a origem do que se consome.

2/2

"Sustentabilidade e tecnologia aliadas na geração de impacto positivo das cadeias de suprimentos"

Como esses novos processos e ferramentas impactam os elos envolvidos na cadeia de abastecimento como um todo?

Embora o uso das ferramentas de blockchain já esteja sendo adotado em maior escala pelo setor financeiro *(De-Fi)*, o potencial para abordagem de questões ligadas à sustentabilidade na área agroalimentar ainda permanece pouco explorado.

A translucidez das cadeias de suprimentos proporcionada pela blockchain, em conjunto com outras soluções digitais descentralizadas, capacita os envolvidos a reconhecer e endereçar problemas complexos, antes deixados de lado. A visibilidade de todo processo e a imutabilidade dos dados registrados na "rede de blocos", promove a tomada de consciência das partes interessadas.

E uma vez que haja verdadeira compreensão sobre os impactos gerados pelas decisões de compra, a diminuição da assimetria de informações e da dissonância cognitiva resultará em melhores práticas de produção e consumo que ajudem a regenerar nosso meio-ambiente.

Food Safety & Traceability Case

A **Ecotrace** começou operando com uma solução para o rastreamento de proteína animal, atualmente consegue rastrear qualquer tipo de produto produzido no campo. A startup utiliza de 3 tecnologias para viabilizar essa solução: Internet das Coisas (IoT), Inteligência Artificial (I.A.) e Blockchain.

Com essas tecnologias a Ecotrace é capaz de verificar toda a cadeia produtiva do alimento, identificando de onde o alimento saiu e por quais locais passou. Desse modo a startup consegue garantir ao consumidor a qualidade do produto que está consumindo, além de permitir que a empresa garanta a procedência, de modo a não ter participação em práticas como desmatamento ilegal.

O momento atual é excelente para a startup conforme as grandes empresas, principalmente ligadas a agropecuária, são pressionadas a garantir que não participam de práticas ilegais conforme buscam se adequar ao cada vez mais exigido ESG.

INVESTIMENTOS

DATA	DATA	DATA
2019	2020	14/01/2021
VALOR	**VALOR**	**VALOR**
USD 0.14 M	USD 0.27 M	USD 0.55 M
ESTÁGIO	**ESTÁGIO**	**ESTÁGIO**
ANJO	ANJO	SEED
INVESTIDOR LÍDER	**INVESTIDOR LÍDER**	**INVESTIDOR LÍDER**
-	-	KPTL

FUNDAÇÃO
2017

LOCALIZAÇÃO
SÃO PAULO - SP

FUNDADORES
ERIC LUQUE
FLAVIO REDI

* Números em milhões de dólares

ECOTRACE.INFO/ | LINKEDIN.COM/COMPANY/ ECOTRACE-SOLUTIONS/

Food Safety & Traceability Case

A **Grain Chain** é uma startup texana que oferece uma solução na nuvem baseada em IoT e blockchain para a gestão da colheita no campo, tanto antes como posteriormente.

O produto end to end passa por 4 diferentes softwares, sendo um para a gestão anterior a colheita, um para o gestão logística dos alimentos, uma solução de inventário inteligente e por fim uma plataforma de verificação e liquidação dos produtos, que utiliza blockchain para a criação de contratos inteligentes e para manter a rastreabilidade de onde vieram todos os alimentos vendidos na plataforma, de modo a aumentar a confiabilidade do produto.

A startup já tem operação em 4 países e trabalha com mais de 24 diferentes commodities na sua plataforma de liquidação, já processando mais de 8 bilhões de quilos de commodities.

INVESTIMENTOS

DATA
04/12/2018

VALOR
USD 2.5 M

ESTÁGIO
-

INVESTIDOR LÍDER
MEDICI VENTURES

DATA
08/03/2020

VALOR
USD 8.2M

ESTÁGIO
-

INVESTIDOR LÍDER
MEDICI VENTURES

FUNDAÇÃO
2013

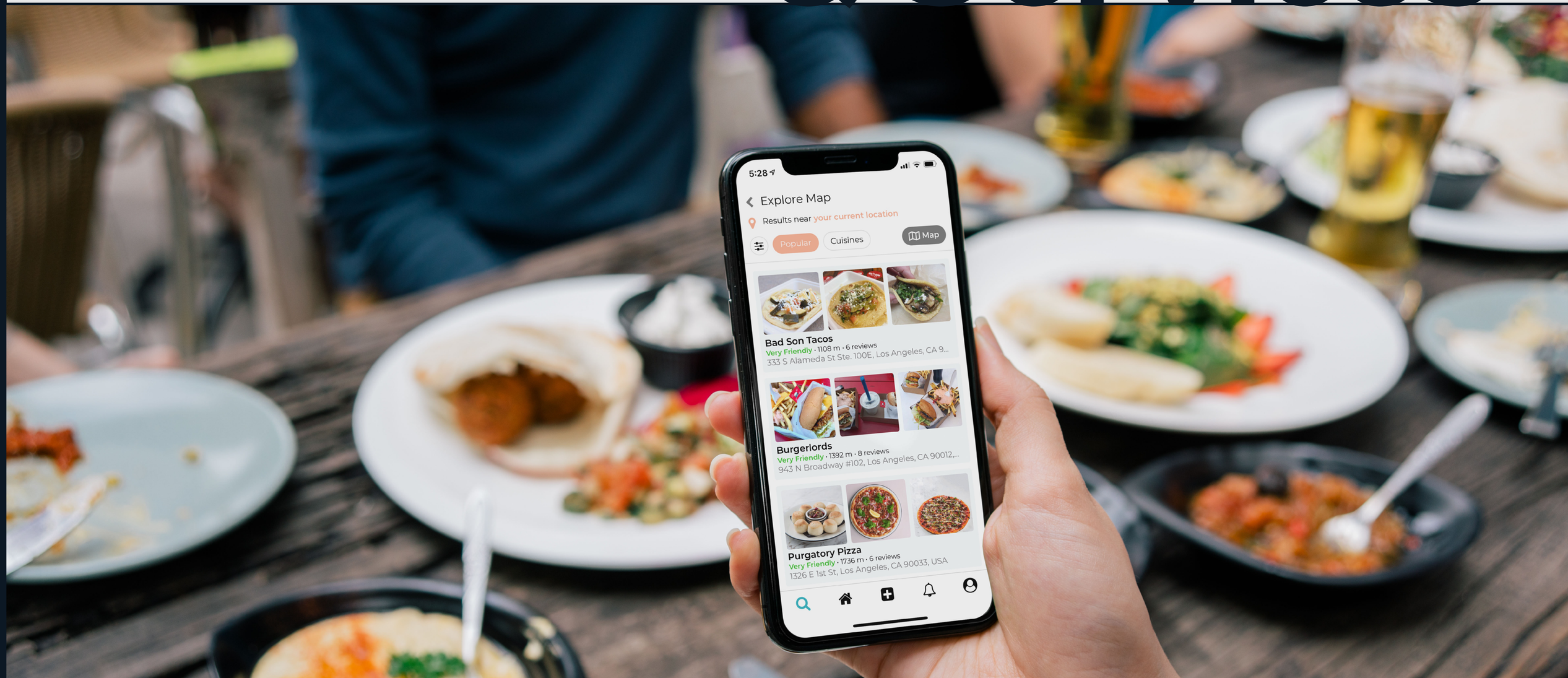
LOCALIZAÇÃO
TEXAS - EUA

FUNDADORES
FERNANDO CAMPOS
LUIS MACIAS

* Números em milhões de dólares

GRAINCHAIN.IO | LINKEDIN.COM/COMPANY/ GRAINCHAINIO/

Consumer Apps & Services



Consumer Apps & Services

Aplicativos que facilitam o acesso à informação sobre melhores formas de alimentação, nutrição, incluem também aplicações que ajudam os usuários a encontrar e compartilhar informações sobre restaurantes.

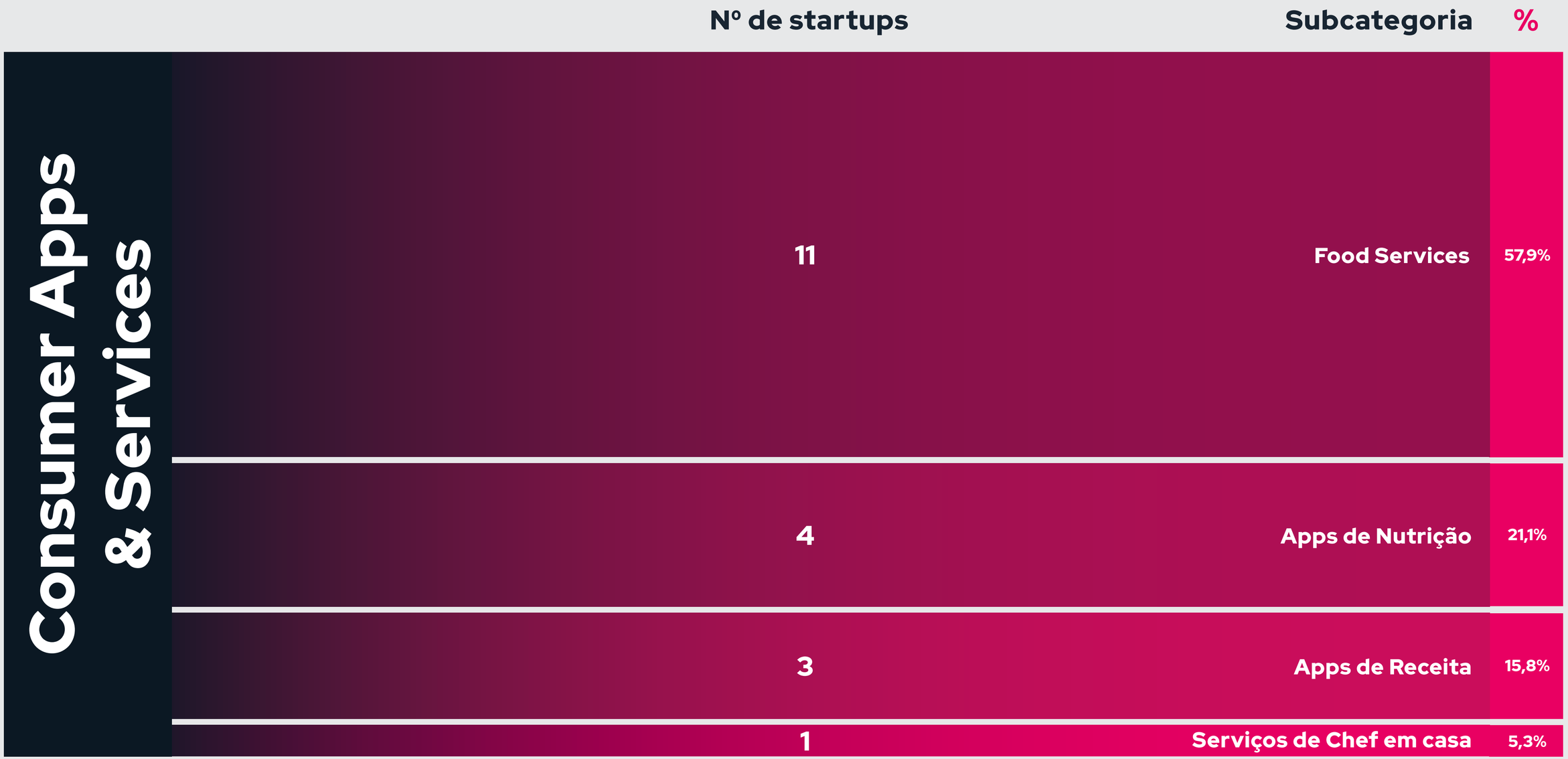
SUBCATEGORIAS

Food Services
Aplicações que melhoram a experiência dos consumidores que frequentam estabelecimentos para se alimentarem fora de casa.

Apps de nutrição
Aplicações que ajudam o consumidor final a organizar sua alimentação de forma personalizada.

Apps de receita
Aplicações que ajudam o consumidor final a encontrar novos pratos e executá-los em casa.

Serviços de chef em casa
Serviço de personal chef na comodidade do lar.


Consumer Apps & Services
Nº de startups
Subcategoria
%
11
Food Services
57,9%
4
Apps de Nutrição
21,1%
3
Apps de Receita
15,8%
1
Serviços de Chef em casa
5,3%

CONSUMER APPS & SERVICES • FOODTECH • RADAR

APPS DE NUTRIÇÃO

easy diet

Lucy Be Health

n2b nutrição empresarial

NutriSoft BRAZIL

APPS DE RECEITA

DeliRec

home chefs

YUU chef

FOOD SERVICES

ALICEGO

Almoço Grátis

barpass

BeerGO

share eat

Foodfreedom

the coffee. ザ・コーヒー

Primeira Mesa Uma experiência de primeira

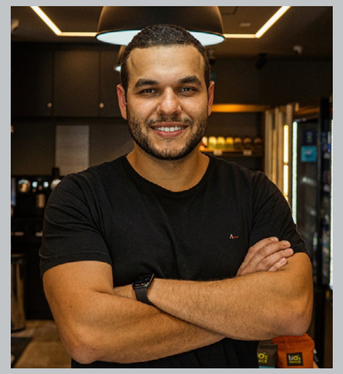
WeSeek Food

ChefsClub

foodpass

SERVIÇOS DE CHEF EM CASA

LE CHEF



RODRIGO MIRADA

CEO

ZAITT

A Zaitt é pioneira em lojas autônomas na América Latina no setor varejista. Toda a jornada física do consumidor é feita por meio tecnológico. As lojas apresentam disponibilidade 24/7 e +500 SKUs.

1/2

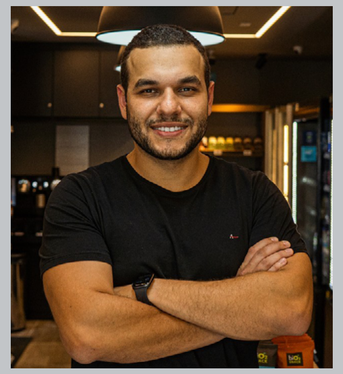
"O grande desafio dos varejos é entregar experiências personalizadas nessa nova realidade, que conecta os meios digitais e físicos"

O comportamento do consumidor está sempre em transformação, mas o que nunca muda é sua sempre busca por conveniência. Quais os novos serviços que estão disponíveis para um ser humano do século XXI e o que é tendência para esse mercado de customer services que muda a experiência do ser humano do futuro?

De acordo com os dados da pesquisa da Zendesk Customer Experience Trend de 2022, as expectativas dos clientes continuam a crescer, mais de 60% dos consumidores desistirão de uma marca após uma experiência ruim de atendimento, o que representa um aumento de 22% em comparação a 2021. Para traçar estratégias alinhadas aos objetivos da empresa e aos interesses dos públicos-alvo, é necessário compreender toda a jornada de compra e o comportamento do consumidor, para atender suas necessidades e oferecer o que o cliente espera.

Em uma sociedade cada vez mais digitalizada e conectada, hoje temos soluções que auxiliam as estratégias dos negócios, com o objetivo de melhorar a eficiência e qualidade de produtos e serviços, para tornar a experiência de cada cliente única e personalizada, conectada aos seus interesses e ao o que desejam consumir. Algumas das tendências que temos visto com os avanços tecnológicos são o uso de inteligência artificial para otimizar serviços e facilitar as empresas na resolução de dúvidas e problemas dos consumidores, por exemplo, com os chatbots. A experiência omnichannel essencial para os negócios, pois estreita a relação entre o online e offline, o que fortalece o relacionamento com os públicos. E a cultura data-driven que analisa e captura o comportamento do consumidor que está em constante mudança.

Por exemplo, para melhorar as estratégias do varejo e proporcionar experiências mais customizadas aos clientes criamos a Zaitt. Um modelo de conveniência alimentar mais



RODRIGO MIRADA

CEO

ZAITT

A Zaitt é pioneira em lojas autônomas na América Latina no setor varejista. Toda a jornada física do consumidor é feita por meio tecnológico. As lojas apresentam disponibilidade 24/7 e +500 SKUs.

2/2

"O grande desafio dos varejos é entregar experiências personalizadas nessa nova realidade, que conecta os meios digitais e físicos"

eficiente que o mercado e que trabalha com tecnologias que permitem o acesso aos dados dos usuários. O nosso objetivo é oferecer tudo de mais precioso aos nossos clientes como a praticidade, agilidade, comodidade e eficiência.

Como tecnologias disruptivas como AI e a robotização estão afetando o mercado de serviços oferecidos ao consumidor e até onde é possível chegar para personalizar um atendimento quando as leis de dados também estão evoluindo?

A pandemia da Covid-19 acelerou o processo de digitalização e gerou uma série de mudanças no comportamento do consumidor brasileiro, por exemplo, o aumento das compras pela internet e a preferência em comprar produtos em mercados de bairro, com a justificativa de fugir das aglomerações.

O grande desafio dos varejos é entregar experiências personalizadas nessa nova realidade, que conecta os meios digitais e físicos. Por isso, tecnologias como AI e a robotização são fundamentais para obter melhores resultados e gerar aumento de receita. Com essas soluções disruptivas, é possível otimizar processos, conhecer e entender com profundidade seu negócio, segmentar seus públicos, analisar o comportamento do consumidor e fidelizar ainda mais clientes.

Dessa forma, conseguimos monitorar dados e acompanhar as mudanças do comportamento de cada cliente que ocorre de forma constante, seja na mudança de local de compra e/ou preferência por algum outro produto, o que auxilia na tomada de decisão e na elaboração de estratégias baseadas em dados.

Consumer Apps & Services Case

O **ChefsClub** é um clube de gastronomia que funciona como uma assinatura para o consumidor, dando acesso a descontos em mais de 3000 opções de restaurantes ao redor do Brasil.

Fundada em 2012 no Rio de Janeiro, a foodtech conta com soluções para consumidor e para o restaurante: para o primeiro, a assinatura ChefsClub que oferece check-in e reserva com descontos de até 50%, já para o segundo uma ferramenta de gestão de fila e reserva, uma plataforma para venda de vouchers e disponibilização de um cardápio digital.

Recentemente captaram R$ 4.3M em uma rodada via crowdfunding, com o financiamento planejam desenvolver novas soluções para o app, incluindo uma ferramenta de pagamento própria, listas de curadoria e um cardápio inteligente.

ChefsClub

INVESTIMENTOS

DATA	DATA	DATA
01/02/2015	01/04/2016	21/09/2021
VALOR	**VALOR**	**VALOR**
USD 1M	USD 0.8 M	USD 0.8 M
ESTÁGIO	**ESTÁGIO**	**ESTÁGIO**
SEED	SEED	CROWDFUNDING
INVESTIDOR LÍDER	**INVESTIDOR LÍDER**	**INVESTIDOR LÍDER**
CONFRAPAR	CONFRAPAR	-

FUNDAÇÃO
2012

LOCALIZAÇÃO
RIO DE JANEIRO - RJ

FUNDADORES
FABRIZIO SERRA

* Números em milhões de dólares

CHEFSCLUB.COM.BR | LINKEDIN.COM/COMPANY/CHEFSCLUB

Consumer Apps & Services Case

A **DayTwo** fundada em 2015, na região de Los Angeles nos EUA é uma startup de nutrição personalizada baseada no microbioma e estilo de vida de cada cliente, fornecendo insights acionáveis para tornar a vida do usuário mais saudável e mantendo níveis de glicose adequados.

A solução é baseada em um estudo conduzido em 5 anos por dois professores do Instituto de Ciência Weizmann em Israel, que posteriormente foi licenciado para a Daytwo. A análise do microbioma envolve mapear e compreender as trilhões de bactérias que influenciam diretamente o corpo humano. Essa análise é feita por uma I.A., de modo a entender quais vão ser as reações do corpo ao ingerir cada tipo de alimento.

Com os USD 37M recém captados a startup planeja aumentar o suporte para sua solução de cuidado para doenças metabólicas.

DAY TWO

INVESTIMENTOS

DATA	01/05/2016	27/06/2017	26/06/2019	17/03/2021
VALOR	USD 5 M	USD12 M	USD 36 M	USD 37 M
ESTÁGIO	SEED	SERIES A	SERIES B	SERIES B
INVESTIDOR	-	**LÍDER** JOHNSON & JOHNSON, MARIUS NACH	10D, AMOON FUND, LONGLIV VENTURES	JACKY ABITBOL, YAIR SCHINDEL

* Números em milhões de dólares

FUNDAÇÃO
2015

LOCALIZAÇÃO
LOS ANGELES - EUA

FUNDADORES
ERAN ELINAV
ERAN SEGAL
LIHI SEGAL
MARIUS NACHT
YUVAL OFEK

DAYTWO.COM | LINKEDIN.COM/COMPANY/DAY-TWO

Waste Management



Waste Management

Soluções em forma de produtos, novos processos e aplicações que ajudam a reduzir o desperdício de alimentos, redistribuindo ele para consumo através de conexão com outros agentes da cadeia.

SUBCATEGORIAS

Gestão de alimentos para consumo
Soluções que conectam alimentos próximos ao vencimento ou que seriam desperdiçados com novos consumidores.

Embalagens biodegradáveis
Materiais inovadores feitos em laboratórios ou com novas formas de produção que substituem as embalagens tradicionais.


Nº de startups
Subcategoria
%
Waste Management
10
Gestão de alimentos para consumo
58,8%
7
Embalagens Biodegradáveis
41,2%

EMBALAGENS BIODEGRADÁVEIS

BIOPOLIX
Biotecnologia para sustentabilidade

cbpak
EMBALAGENS DE MANDIOCA

ECOOLER®

TRI

OKN
biotecnologia

protectmais

ÁGUA NA CAIXA

GESTÃO DE ALIMENTOS PARA CONSUMO

comidainvisível

connectingfood

Saveadd

ecofood
por um mundo melhor

FOOD FINDER

fruta imperfeita

GOOXXY

if intelligent foods

ndays

Quiper
FRESH



HELOISA GUARITA

FOUNDER E CEO

RGNUTRI

A RGNutri é especialista em alimentos e bem-estar. Atua no combate ao desperdício, investindo em ideias e negócios que gerem transformações positivas para pessoas, meio ambiente e sociedade.

1/2

"O Desperdício como oportunidade de mudança do food system e nova forma de monetização."

O desperdício de alimentos chega a 1,3 bilhão de toneladas anualmente, segundo a FAO. Como e quais são as tecnologias que nos aproximam de uma cadeia mais sustentável?

A resposta está no próprio food system. No campo, existem tecnologias para otimização da colheita com o uso de drones e aplicativos de gestão, e ainda a utilização de partes de alimentos não utilizadas para nova designação, como por exemplo embalagens. Na cadeia produtiva a inovação está nas tecnologias de criação de alimentos a partir da biotecnologia com uso de fermentação ou celular. Já na cidade, podemos otimizar a distribuição de um produto utilizando QR codes para rastrear toda a cadeia produtiva. Também é possível refinar o gerenciamento de produtos com ferramentas que controlam temperatura, prazo de validade, entre outros índices importantes.

Qual o papel do consumidor e das empresas que produzem os alimentos no mercado de Waste Management que pode impactar e ganhar escala nesse gerenciamento da cadeia?

Cada vez mais temos visto a busca pelo consumidor em ser um agente de transformação a partir da decisão de compra e hábitos de consumo. Novas startups trazem soluções principalmente no fim da cadeia produtiva, quando fortalece o resgate de alimentos que seriam desperdiçados e recicla o que sobra, aproximando o consumidor da mudança de comportamento.

Já as empresas de alimentos devem repensar a cadeia produtiva. Não existe a possibilidade de mudança do food system se a indústria não tomar a importante decisão de encontrar novas alternativas desde o campo até o produto pronto. Temos que nos reinventar, o sistema está velho. E o grande impacto depende dessas mudanças. As startups trazem a possibilidade de inovar com soluções



HELOISA GUARITA

FOUNDER E CEO

RGNUTRI

A RGNutri é especialista em alimentos e bem--estar. Atua no combate ao desperdício, investindo em ideias e negócios que gerem transformações positivas para pessoas, meio ambiente e sociedade.

2/2

"O Desperdício como oportunidade de mudança do food system e nova forma de monetização."

modernas e possíveis de serem testadas. E muitas vezes, como se deseja criando uma forma de monetizar ainda mais eficiente.
Existe um paradigma que é o quanto o consumidor enxerga e dá valor a este esforço. Quando falamos de mainstream sabemos que ainda não é grande, e que se faz necessária a educação contínua, para que ao longo do tempo, ele possa cobrar mais da própria indústria a evolução de todo o sistema. Alguém tem que começar, precisamos das soluções dos novos, mas do comprometimento de quem domina o mercado.

Waste Management Case

A **Turtle Box** é uma startup que ajuda a reduzir a quantidade de lixo gerada no delivery de comida através da logística reversa de embalagens retornáveis.

A foodtech entrega essas embalagens para os restaurantes, realizando a coleta, higienização e retorno das embalagens prontas para reúso pelos estabelecimentos.

A startup também atende pessoas, que podem escolher receber os pedidos com essas embalagens, retornam e recebem cupons de descontos de plataformas clientes da Turtle Box.

INVESTIMENTOS

DATA
-

VALOR
SEM APORTE

ESTÁGIO
-

INVESTIDOR LÍDER
-

FUNDAÇÃO
2020

LOCALIZAÇÃO
SÃO PAULO -SP

FUNDADORES
IGOR CUNHA

* Números em milhões de dólares

TURTLEBOX.COM.BR | LINKEDIN.COM/COMPANY/TURTLEBOXLINKEDIN

Waste Management Case

A startup **Sulapac** produz embalagens biodegradáveis em massa com o objetivo de substituir o plástico, feitas de pastas de madeira e plantas via compostagem industrial e de matéria-prima de córregos industriais e agrícolas.

As embalagens da Sulapac são processáveis em máquinas de produtos plásticos existentes, são industrialmente compostáveis, não são consideradas prejudiciais aos organismos aquáticos nem causam efeitos adversos à longo prazo no ambiente, podem ser digeridas por microrganismos sem deixar microplásticos permanentes e possuem pegada de baixo carbono.

A startup já captou USD 20M segundo dados do crunchbase, tendo como principal aporte um investimento feito pela marca de moda Chanel.



INVESTIMENTOS

DATA
06/04/2017

VALOR
USD 1,1M

ESTÁGIO
SEED

INVESTIDOR LÍDER
-

DATA
11/12/2019

VALOR
USD 16,65M

ESTÁGIO
-

INVESTIDOR LÍDER
CHANEL

FUNDAÇÃO
2018

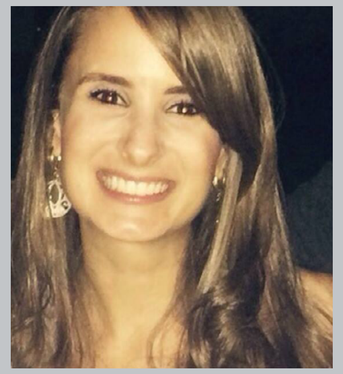
LOCALIZAÇÃO
SOUTHERN FINLAND - FINLÂNDIA

FUNDADORES
ANTTI PARSSINEN, LAURA KYLLÖNEN, SUVI HAIMI

* Números em milhões de dólares

SULAPAC.COM | LINKEDIN.COM/COMPANY/SULAPAC

Estatísticas foodtechs



ALANA MELLO

HEAD DE BUSINESS TRANSFORMATION

DANONE

Presente há 50 anos no país o Grupo Danone é um dos líderes mundiais no setor de alimentos e reúne no Brasil três divisões: Produtos Lácteos e bebidas à base vegetal, Danone Nutricia e Águas.

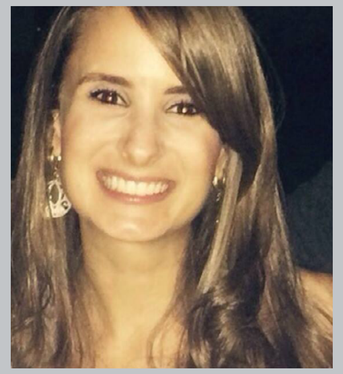
1/2

"Para a Danone, foodtech vai além da busca de tecnologia no sentido de transformar a indústria alimentar"

O que é foodtech para a Danone?
Para a Danone, foodtech vai além da busca de tecnologia no sentido de transformar a indústria alimentar. É conectar essa transformação tecnológica ao nosso propósito como empresa, que é levar saúde por meio da alimentação ao maior número de pessoas, de forma sustentável. Assim, buscamos acelerar a entrada em novos territórios de atuação trazendo o melhor para o consumidor e para o meio ambiente, nos conectando a startups que já tenham desenvolvido soluções criativas para nossos desafios, e gerando escala para a própria startup.

A Danone adquiriu em 2016 a White Waves para a produção de produtos orgânicos. Pensando nessas diversas atuações da alimentação - indústria, serviço, supply, novas demandas dos consumidores e do planeta - onde a tese de inovação da Danone está desenhada hoje e quais as oportunidades que a empresa enxerga no Brasil e no mundo?
Para acompanhar as diversas transformações pelas quais os hábitos de consumo vem passando, nós buscamos no ecossistema formas de reagirmos de maneira rápida e estruturada a essas demandas. Temos teses de inovação de horizontes de médio e longo prazo, e nos permitimos experimentar algumas dessas teses antes de incorporarmos de fato como novo modelo de negócio. Outras transformações, que vem de forma ainda mais acelerada, podem ser avaliadas em modelos de fusão e aquisição.

Como a Danone se estruturou internamente nesses últimos anos para gerir inovação e idéias, tanto dos processos internos de fábrica e centros de distribuição quanto para se manter competitiva no mercado de nutrição?
A Danone começou uma jornada de inovação aberta nos últimos anos em busca de conexões que trouxessem valor para a empresa e



ALANA MELLO

HEAD DE BUSINESS TRANSFORMATION

DANONE

Presente há 50 anos no país o Grupo Danone é um dos líderes mundiais no setor de alimentos e reúne no Brasil três divisões: Produtos Lácteos e bebidas à base vegetal, Danone Nutricia e Águas.

2/2

"Para a Danone, foodtech vai além da busca de tecnologia no sentido de transformar a indústria alimentar"

entendendo que é necessário trabalhar em rede para poder ser cada vez mais competitiva. Em 2019 foi criada uma área de Open Innovation, com intuito de ser uma facilitadora dos processos de inovação dentro da empresa, buscando conexões, acompanhando as experimentações e provocando a cultura da empresa para um ambiente mais ágil e não linear. Hoje a área cresceu e se tornou uma Diretoria de Business Transformation, que tem a missão de trazer para o negócio possibilidades de inovação de médio e longo prazo sempre alinhadas com os pilares estratégicos da empresa.

O que a área de inovação e transformação digital da Danone como um todo tem aprendido ao se conectar com empreendedores e intraempreendedores aqui no Brasil? O que internamente muda nos processos internos da empresa?

A área de Inovação da Danone conseguiu trazer aprendizados importantes para o negócio por meio do relacionamento com empreendedores e intraempreendedores, como novas formas de trabalhar, a importância da colaboração entre times (internos e/ou externos), autonomia e protagonismo. Internamente tivemos algumas mudanças em formas de trabalho, aplicação de metodologias ágeis, a disseminação da cultura do erro, maior colaboração entre times, olhar crítico com relação a burocracias atuais existentes, entre outros planos em andamento para acelerarmos ainda mais nossos processos.

As duas subcategorias com maior quantidade de foodtechs surfam em tendências de comportamentos de consumo.

O processo de digitalização dos restaurantes, movimento impulsionado pelo isolamento e novos comportamentos que o envolvem, trouxeram ao mercado soluções que atualizam o relacionamento dos restaurantes com os seus clientes - tanto nos diversos e novos canais de comunicação visando a fidelidade como nos canais de distribuição com a logística de entrega do produto.

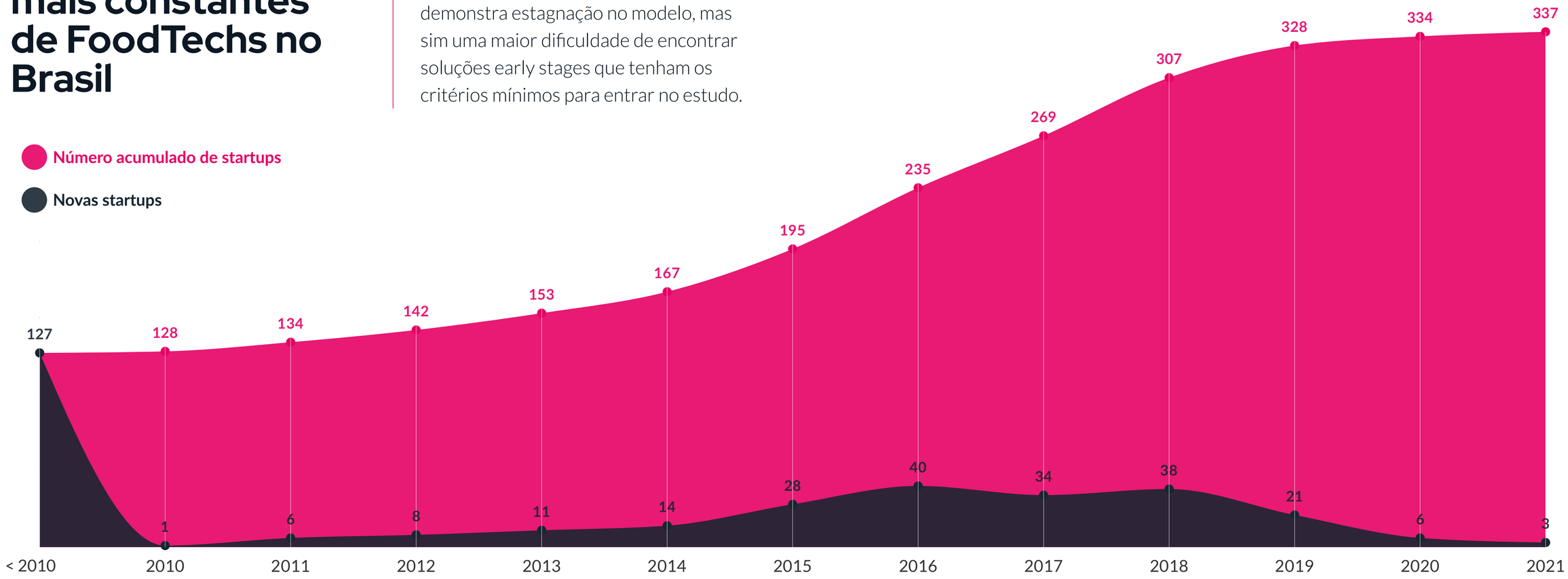
Em segundo lugar, a injeção de novos produtos Clean no mercado, alimentos mais saudáveis e menos industrializados - saciando um novo tipo de consumidor, mais consciente ou com menos apetite para uma alimentação diária de carne animal buscando formas alternativas de conseguir proteína, como os flexitarianos.



A partir de 2012 inicia uma época de nascimentos mais constantes de FoodTechs no Brasil

Desde 2012 temos crescimento médio anual de 44%, chegando ao pico em 2016 e se mantendo constante.

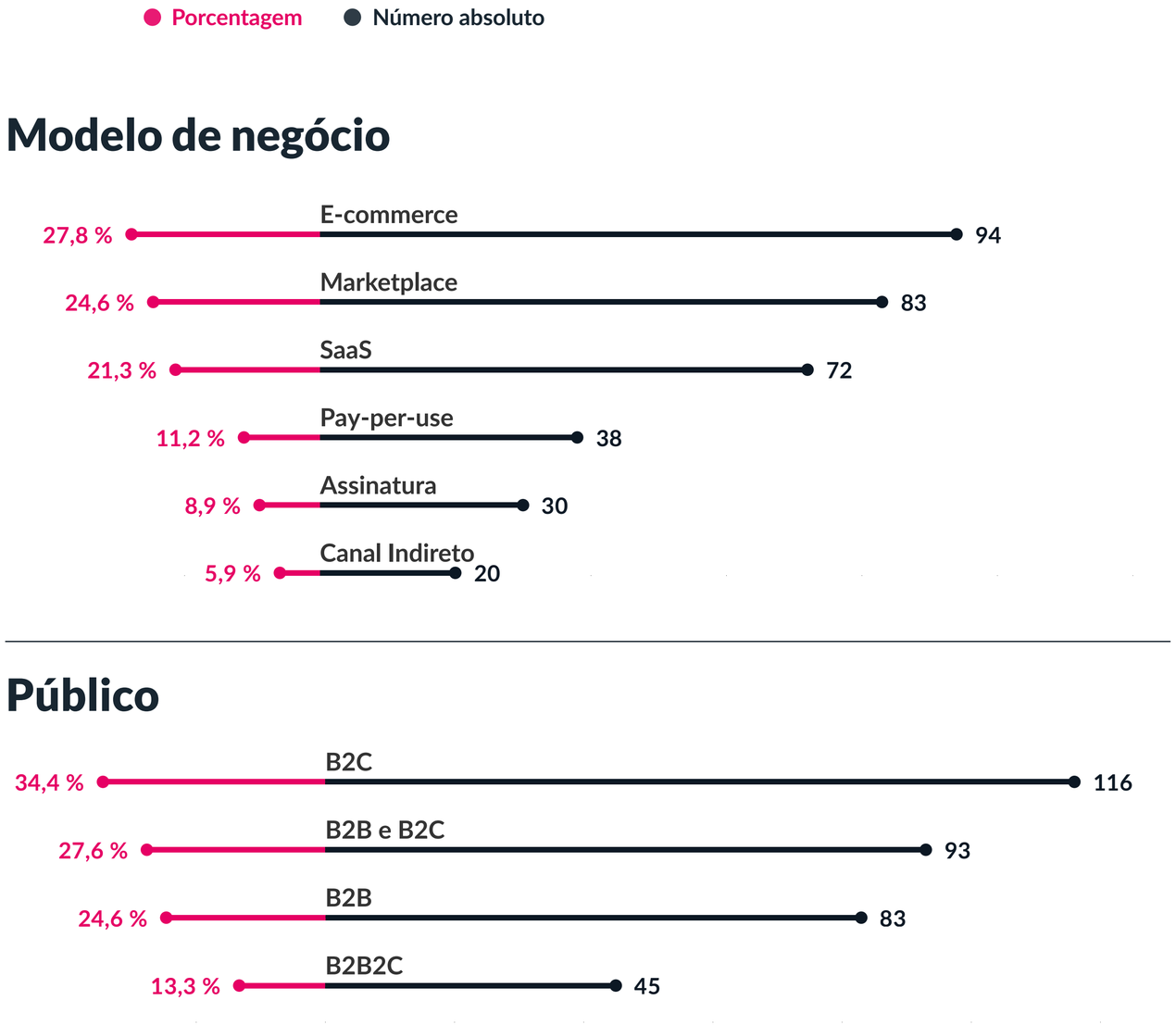
A diminuição no número de startups não demonstra estagnação no modelo, mas sim uma maior dificuldade de encontrar soluções early stages que tenham os critérios mínimos para entrar no estudo.



E-commerce é o principal modelo de distribuição das foodtechs.

A tecnologia permite uma migração dos modelos B2B para B2C. As foodtechs brasileiras tem suas soluções voltadas para o mercado B2B, que somados (38,2%) ultrapassam o B2C (34,2%).

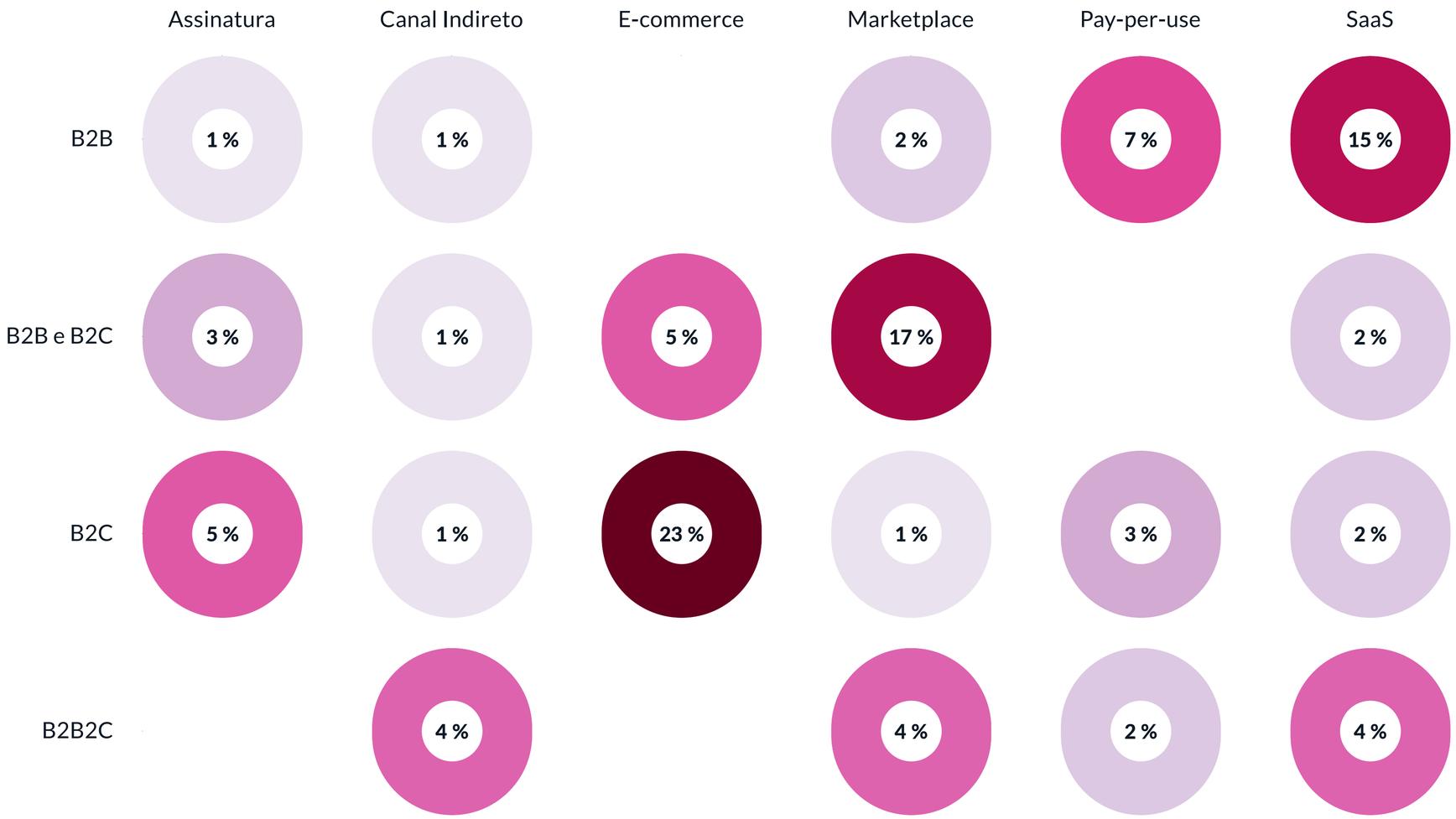
Startups que distribuem seus produtos através de Canal Indireto B2B, como varejistas, buscam diversificação de seus canais através do E-commerce e, quando mais estruturado, iniciam seus processos de recorrência através de pacotes de assinatura D2C.



Softwares como serviços para o público B2B correspondem a quase 20% das soluções.

O modelo SaaS direciona suas soluções para atender pequenos e médios negócios ajudando-os a digitalizar uma parte de suas tarefas.

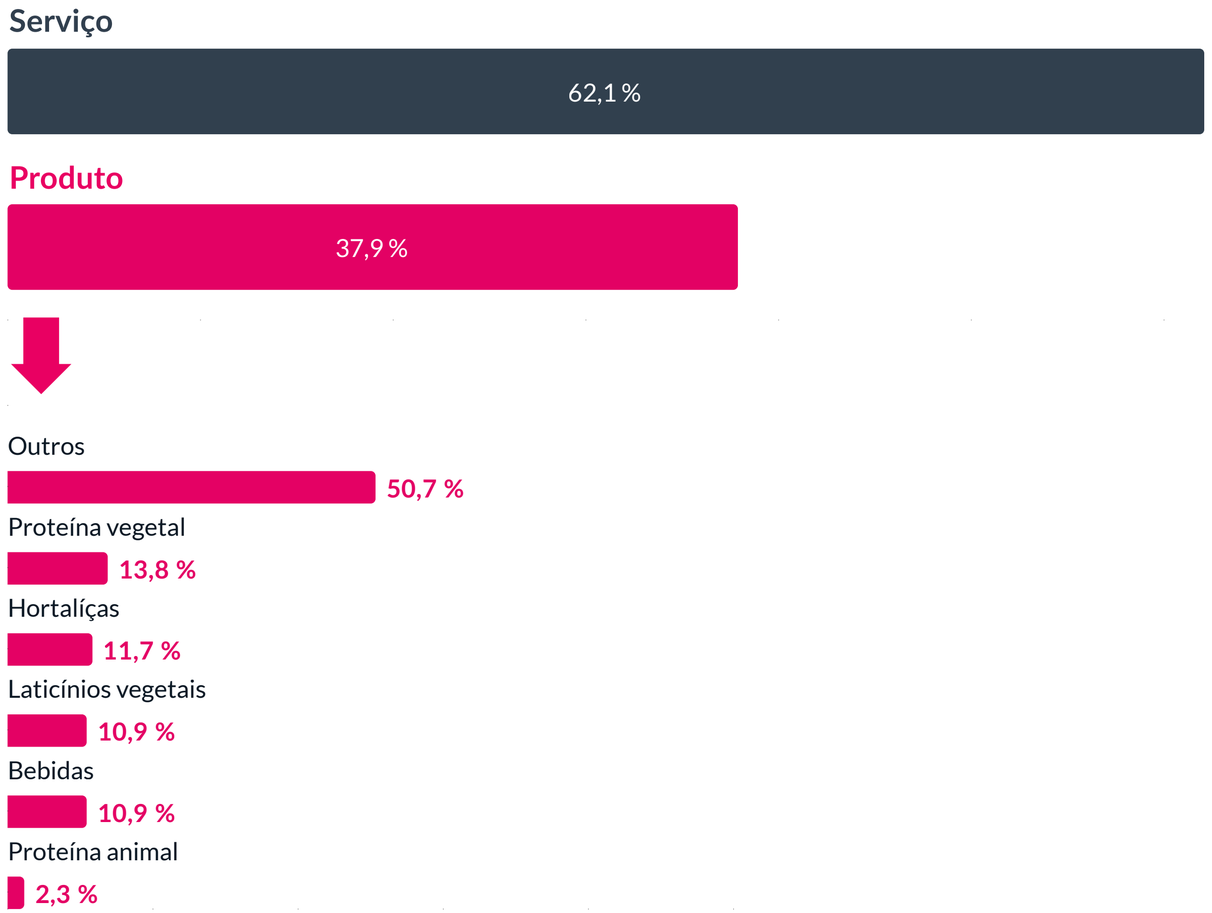
Enquanto que o E-commerce é uma alternativa aos canais indiretos, como por exemplo varejistas, para que essas novas marcas entreguem diretamente para o consumidor final, por vezes conquistando-os mensalmente em modelo de assinatura.



Produto plant based ocupam 24,7% dos produtos.

Quando olhamos para as startups que comercializam algum tipo de produto (37,9% das soluções), vemos que 24,7% oferecem **produtos vegetais**, proteínas ou laticínios extraídos de vegetais, como da lentilha, trigo, tofu, ervilha, aveia, sementes entre outros.

Metade dessas ofertas se baseiam em produtos naturais como snacks, refeições frescas e/ou congeladas, cafés, molhos, ovos, comida infantil ou para pet.





RENATE GIOMETTI

HEAD DE INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS

NESTLÉ

A Nestlé é a maior empresa mundial de alimentos e bebidas. Atualmente, temos mais de 2.000 marcas, desde as famosas marcas globais até aquelas favoritas dos consumidores brasileiros. Estamos presentes em 191 países ao redor do mundo.

1/4

"O compromisso é com a inovação que gera impactos positivos em toda a cadeia"

O que é foodtech para a Nestlé?
No mercado, não existe uma única definição sobre foodtech. Algumas pessoas dizem que o conceito envolve startups de alimentos ou ingredientes que carregam algum caráter tecnológico de na cadeia. Ou seja, esta visão parte do princípio de que uma foodtech tem que produzir alguma coisa física, como um alimento plant-based. Para outro grupo, foodtech diz respeito à toda cadeia de alimentos, desde o campo, passando pela indústria, ponto de venda, chegando, por fim, ao consumidor. Na Nestlé, optamos por essa segunda visão.

A Nestlé tem um hambúrguer vegetal, Garden Gourmet na Europa, para chamar de seu, que obteve através da compra da Sweet Earth em 2017. Pensando nessas diversas atuações da alimentação - indústria, serviço, supply, novas demandas dos consumidores e do planeta - onde a tese de inovação da Nestlé está desenhada hoje e quais as oportunidades que a empresa enxerga no Brasil e no mundo?
A companhia reavalia rotineiramente seu portfólio de acordo com os padrões de nutrição, saúde e bem-estar, nas diferentes fases da vida das pessoas, para garantir que os produtos as ajudem a atender às suas necessidades nutricionais e a uma dieta balanceada.
No Brasil, investimos mais de R$400 milhões nos últimos cinco anos em pesquisas e produtos. E inovamos buscando também atender os consumidores que adotaram uma alimentação vegana ou vegetariana, assim como os flexitarianos, por isso, a Nestlé vem ampliando o portfólio de Nestlé Health Science e lançando diversos itens orgânicos ou plant-based. São mais de dez novos itens plant-based, somente em 2021, como Nescafé Dolce Gusto, que é a primeira marca de cápsulas que entrou nesta categoria à base de bebida vegetal. No portfólio de orgânicos do Brasil, podemos



2/4

"O compromisso é com a inovação que gera impactos positivos em toda a cadeia"

RENATE GIOMETTI

HEAD DE INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS

NESTLÉ

A Nestlé é a maior empresa mundial de alimentos e bebidas. Atualmente, temos mais de 2.000 marcas, desde as famosas marcas globais até aquelas favoritas dos consumidores brasileiros. Estamos presentes em 191 países ao redor do mundo.

citar, por exemplo, o Nescau Orgânico, Aveia Orgânica, Papinhas NaturNes, Ninho e Molico em Pó Orgânicos. Também investimos em personalizações e na categoria de produtos Homebaking, pensando em novas possibilidades para o consumidor que gosta de criar receitas caseiras.
Queremos também liderar a agenda de sustentabilidade no setor de alimentação, o que exige um trabalho multidisciplinar e que envolve diferentes áreas e nossas marcas no Brasil. Até 2025, no Brasil, temos como metas a obtenção de 30% das nossas principais matérias-primas por meio de práticas regenerativas; reciclar todo o plástico colocado no mercado brasileiro; conservar 300 mil hectares, gerar renda e promover educação 4 mil pessoas na Amazônia

Como a Nestlé se estruturou internamente nesses últimos anos para gerir inovação e ideias, tanto dos processos internos de fábrica e centros de distribuição quanto para se manter competitiva no mercado de nutrição?
A Nestlé inova além de produtos, incluindo serviços, experiências e modelos de negócios. Em 2014 criamos um Hub de Inovação para orquestrar os vários projetos de inovação, entendendo que, para nós, a inovação pode ser orquestrada por uma área, mas precisa ser protagonizada por toda a companhia. O segundo entendimento é que é preciso investir muito em inovação aberta. A Nestlé já analisou mais de 1800 startups nos últimos três anos. Destas, a companhia se relacionou com 397, sendo que, com 101 delas, desenvolveu pilotos, POC ou MVP. Já foram fechadas 35 parcerias.
Por isso, lançamos a Panela Nestlé, que é uma plataforma de inovação aberta e que concentra todas ações em um único lugar, facilitando o contato e o acesso dos parceiros e ampliando as oportunidades de negócios.
Outro movimento importante é o intraempreendedorismo. Os colaboradores participam



RENATE GIOMETTI

HEAD DE INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS

NESTLÉ

A Nestlé é a maior empresa mundial de alimentos e bebidas. Atualmente, temos mais de 2.000 marcas, desde as famosas marcas globais até aquelas favoritas dos consumidores brasileiros. Estamos presentes em 191 países ao redor do mundo.

3/4

"O compromisso é com a inovação que gera impactos positivos em toda a cadeia"

ativamente, podendo sugerir soluções para os desafios, participando da Panela, assim como de outros programas também, como o Reivent, que já tem 17 projetos acelerados, com projetos como Chocobot, que permite que o consumidor possa montar uma caixa personalizada de bombom, por meio de um robô, DataLab e o lançamento de um e-commerce que, hoje, é chamado de Empório Nestlé e que funciona como um grande laboratório de inovação para a companhia.

O que a área de inovação e transformação digital da Nestlé como um todo tem aprendido ao se conectar com empreendedores e intraempreendedores aqui no Brasil? O que internamente muda nos processos internos da empresa?

Na Nestlé, entendemos que, para acelerarmos soluções, precisamos estar ao lado de parceiros importantes no ecossistema de inovação, como startups, universidades e outras empresas.

De forma resumida, na Nestlé, aprendemos que há 3 passos principais para que um projeto de inovação aberta flua. Primeiro, para que o projeto seja conduzido com seriedade ele precisa ser realmente prioritário para a área onde ele é demandado na companhia. Também entendemos que a definição de quais projetos devem estar em foco fica ainda mais assertiva quando existem pessoas de diferentes áreas pensando em inovação aberta.

Depois, vimos que é essencial o desenho correto da tese do projeto, desde o alinhamento de conceitos como a expectativa de tipo de projeto (POC, piloto, MVP), passando por horizontes de desafios (h1, h2 ou h3), até qual é a maturidade desejada da startup ou dos demais parceiros. Por exemplo, se quero que uma startup se adapte aos nossos critérios, fugindo do seu modelo de negócio habitual,



RENATE GIOMETTI

HEAD DE INOVAÇÃO E NOVOS NEGÓCIOS

NESTLÉ

A Nestlé é a maior empresa mundial de alimentos e bebidas. Atualmente, temos mais de 2.000 marcas, desde as famosas marcas globais até aquelas favoritas dos consumidores brasileiros. Estamos presentes em 191 países ao redor do mundo.

4/4

"O compromisso é com a inovação que gera impactos positivos em toda a cadeia"

não adianta eu contratar uma scale-up, pois ela não vai parar o que está fazendo (e sendo bem-sucedida) para atender a um pedido fora de seu escopo regular.
A Nestlé busca criar relacionamentos duradouros com nossos parceiros de inovação para gerarmos, juntos, impactos relevantes e positivos na sociedade e no planeta. É uma relação em que todo mundo sai ganhando!

Ifood é o outlier brasileiro

Quando olhamos para quantidade de funcionários (eixo x) e quantidade de seguidores (eixo y) no LinkedIn, temos uma visão de como que a startup se destaca em Porte vs Visibilidade. Ifood segue como outlier do setor de foodtechs, seguida de Liv Up.

Delivery Much e Aiqfome se destacam pela quantidade de funcionários, enquanto James Delivery, Fazenda do Futuro e Desinchá pela quantidade de seguidores.



O mercado de Foodtechs emprega 10.159 funcionários

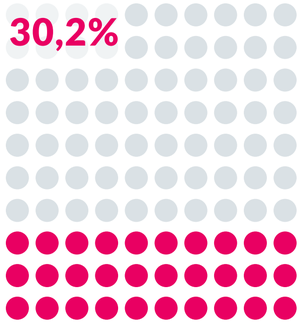
Um mercado amadurecendo com 22,3% das foodtechs com mais que 50 funcionários. Com destaque para Food Delivery e Super Foods responsáveis por 80% do total.

As Food Techs brasileiras tem em média 42 funcionários, muito em conta do iFood que sozinho é responsável por metade desse número total, e mediana de 7 colaboradores por startup.

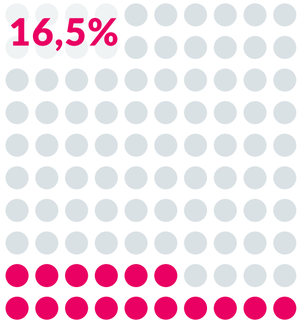
média de funcionários
47

mediana de funcionários
7

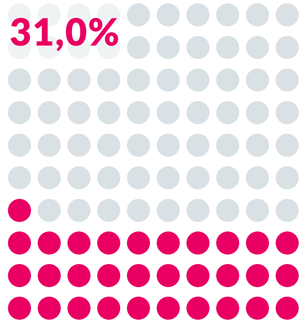
1-5 funcionários



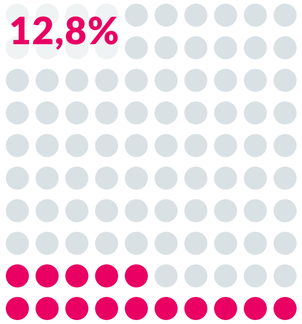
6-20 funcionários



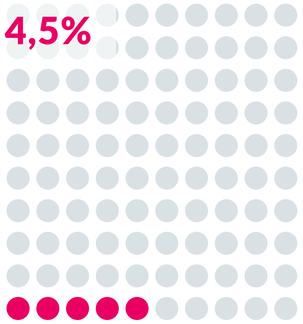
21-50 funcionários



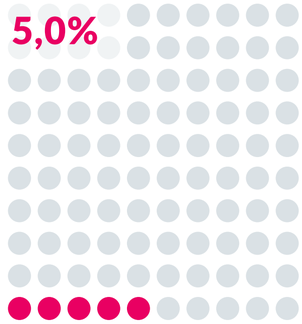
51-100 funcionários



101-200 funcionários



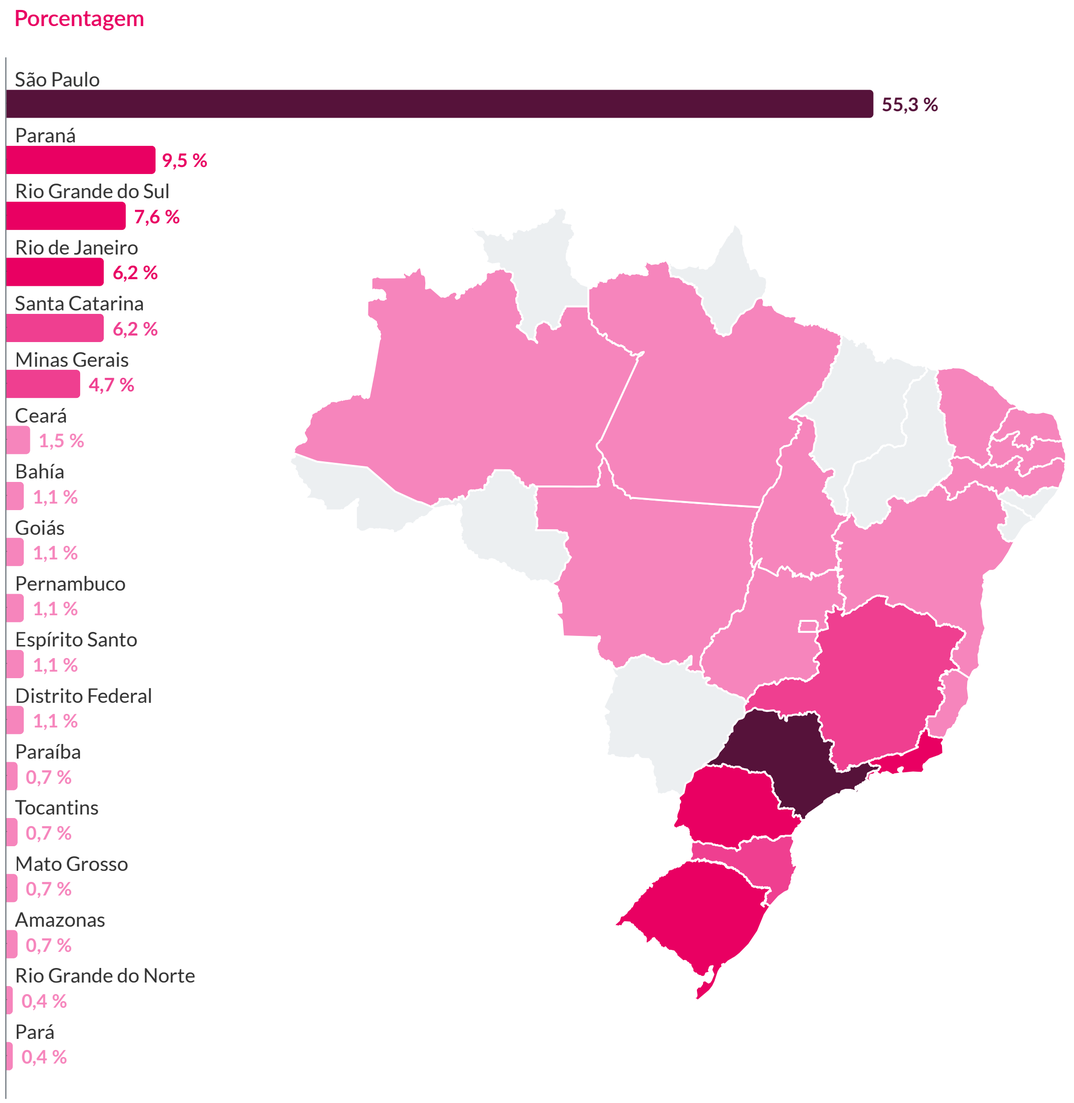
200+ funcionários



A capital financeira é o ambiente mais propício para Foodtechs atuarem.

Foram encontradas Foodtechs em 20 dos 26 estados brasileiros, com uma concentração no Sudeste e Sul de 90% das soluções, sendo São Paulo responsável por mais da metade das startups.

Destaque para os três estados do Sul do país que depois de São Paulo aparecem com maior quantidade de Foodtechs por 1 milhão de habitantes.



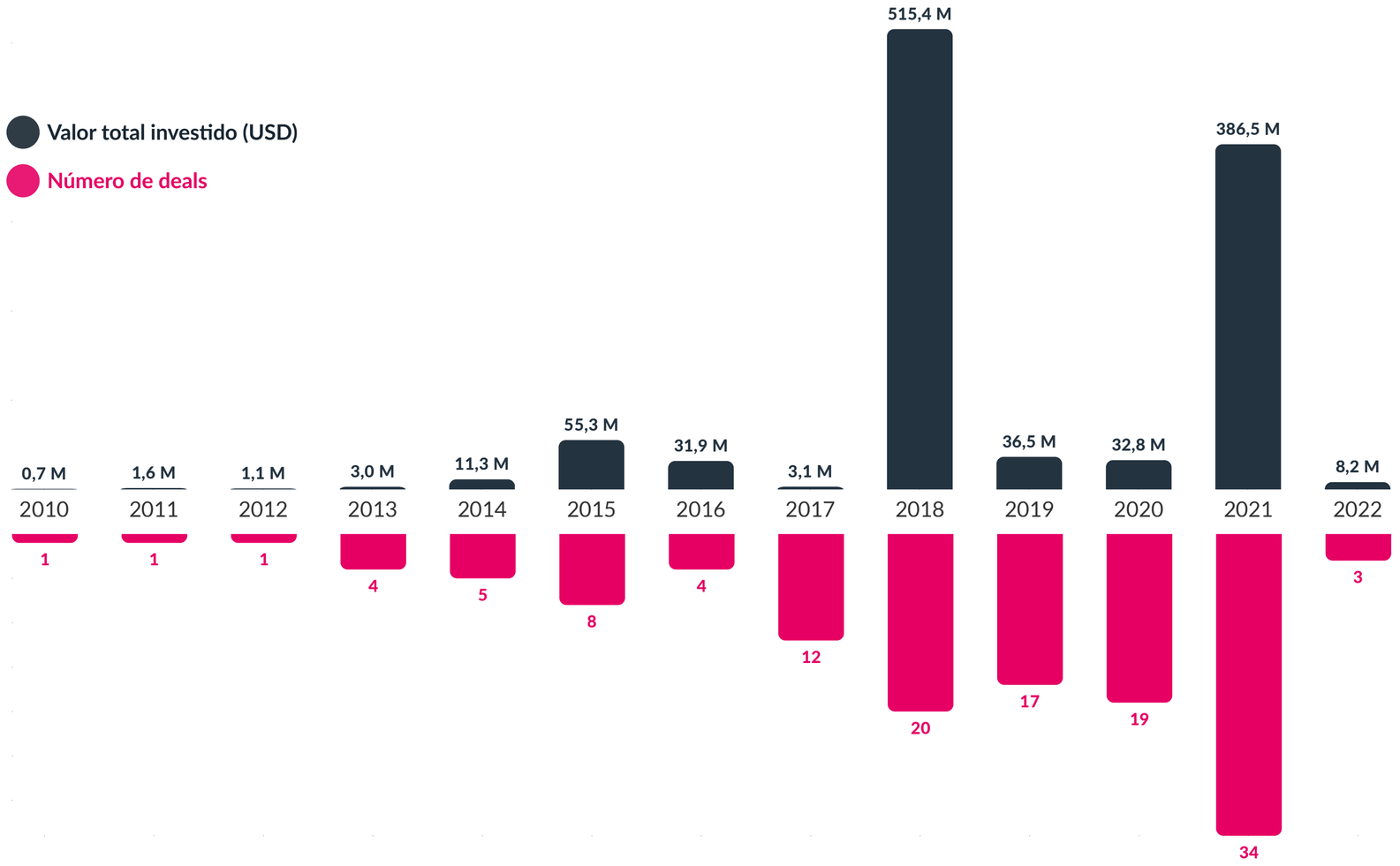
Enfatizamos aqui que o fato de não termos identifcado foodtechs em alguns estados do Brasil pode não representar a realidade do ecossistema local. Para adicionarmos novas companhias deixamos aqui o nosso link de cadastro.

Investimentos foodtechs

Investimentos em Foodtechs ultrapassam US$1B.

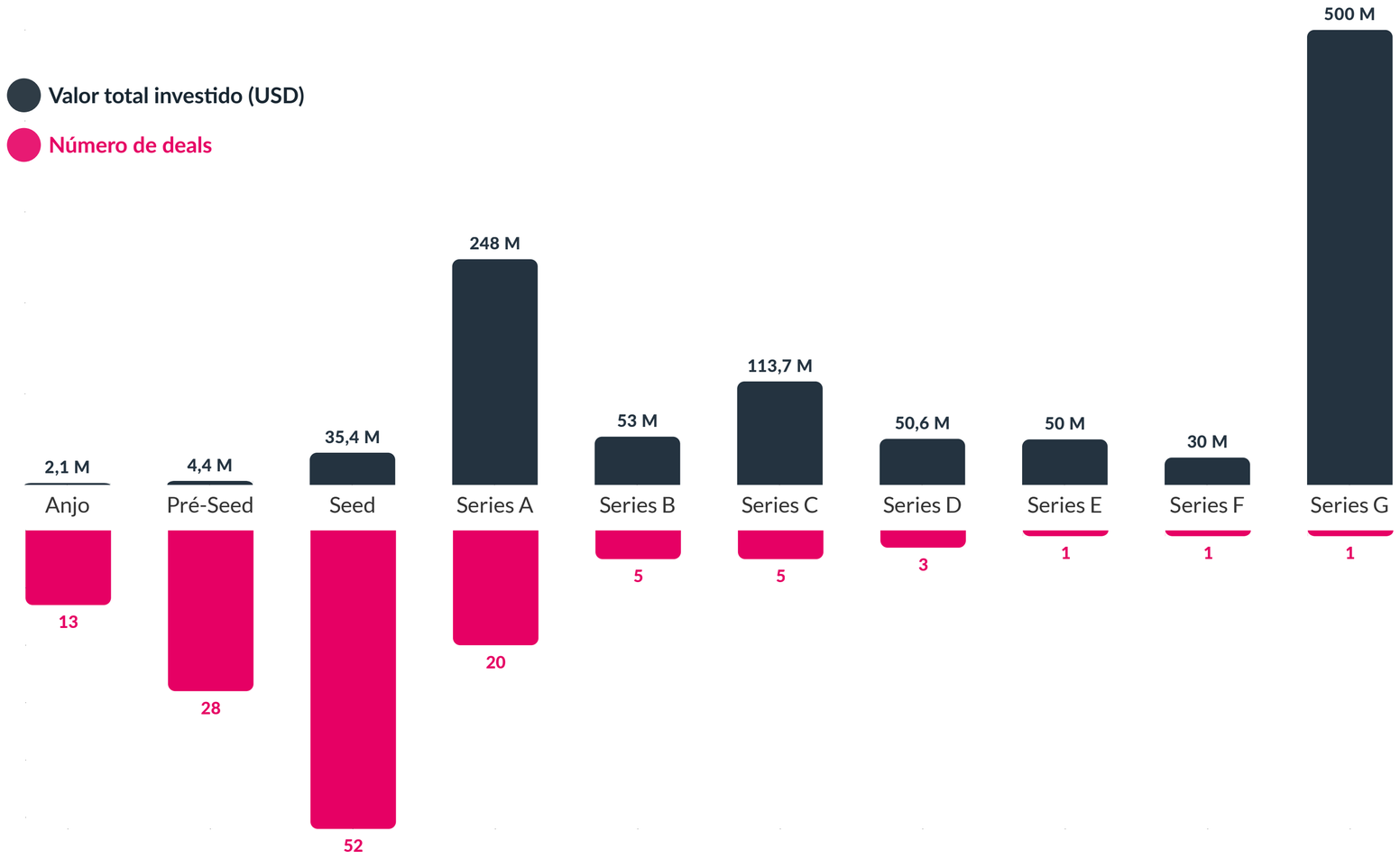
129 deals compõem o mercado de venture capital em Foodtechs dos últimos 10 anos.

Encontramos investimentos em todas as 7 categorias presentes no report Foodtechs o que mostra uma diversificação desse setor, mesmo com uma concentração ocorrendo na categoria de Food Delivery.



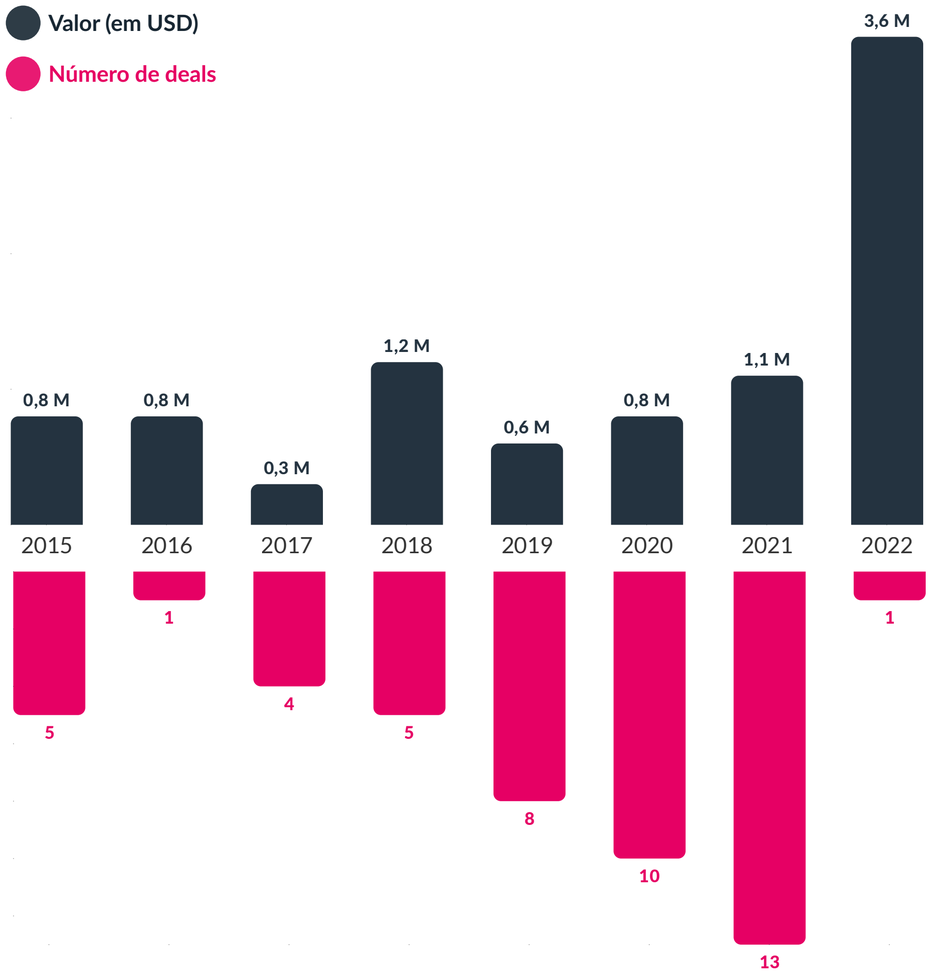
Grande concentração de deals em estágios iniciais.

Existe uma concentração normal do mercado de venture capital em deals Seed, um dos primeiros investimentos que as startups recebem, o que mostra que é um mercado que está validando muitas hipóteses, mas já abre espaços para Series mais maduras, como as 20 Series A, e investimentos em todas as Series seguintes.



O valor médio dos deals Seeds em FoodTech tem aumentado a cada ano assim como a quantidade total de cheques nesta rodada inicial.

Os deals dessa rodada inicial estão divididos quase que igualmente entre quase todas as categorias, apenas Waste and Management não recebeu investimentos desse tipo de funding.



Smart Kitchen & Restaurant Tech	24,66%
Food Delivery & Logistics	21,36%
Farm to table	15,97%
Food Safety & Traceability	14,54%
Consumer Apps & Services	12,15%
Super Foods & CPG	11,33%



PAULA H. S. ANGELI

SR GROUP LEADER OPEN INNOVATION LA

MONDELEZ

Snacking Made Right é o nosso propósito. Oferecemos o snack certo, no momento certo, produzido da maneira certa. Isso significa ter um portfólio amplo de snacks deliciosos e de alta qualidade, que nutrem os momentos da vida, feitos com ingredientes e embalagens sustentáveis

1/2

"Sabemos do nosso papel como agentes de transformação para gerar uma mudança positiva, por isso, diversidade, equidade e inclusão são uma de nossas prioridades."

Snacking Made Right... esse é o nosso propósito. Empoderar nossos consumidores a consumirem snacks da maneira certa. Oferecemos o snack certo, no momento certo, produzido da maneira certa. Isso significa ter um portfólio amplo de snacks deliciosos e de alta qualidade, que nutrem os momentos da vida, feitos com ingredientes e embalagens sustentáveis com os quais os consumidores podem se sentir bem. No Brasil, somos líderes ou co-líderes nas categorias que atuamos: Chocolates, Gomas, Balas, Biscoitos, Bebidas em Pó, Sobremesas em Pó e Queijos. Estamos em mais de 700 mil pontos de vendas e, com investimentos significativos no país ao longo dos últimos anos, expandimos nossas fábricas em Curitiba, no Paraná e em Vitória de Santo Antão, em Pernambuco.

Sabemos do nosso papel como agentes de transformação para gerar uma mudança positiva, por isso, diversidade, equidade e inclusão são uma de nossas prioridades. Acreditamos na quebra de estereótipos e barreiras para garantir a representatividade da sociedade dentro da nossa empresa. E, para isso, temos um Comitê de Diversidade que atua em quatro frentes, Pessoas com deficiência (PCD), Étnico-Racial, Mulheres e LGBTQIA+, além de fazer parte do MOVER - Movimento pela Equidade Racial.

Sustentabilidade também é uma prioridade, estamos no caminho certo para reduzir nossa pegada ambiental, seja por meio do nosso programa global Cocoa Life, que estimula o reflorestamento, garante a qualidade das amêndoas do cacau e combate ao trabalho escravo e infantil, ou pelas iniciativas locais de não realização de testes em animais, investimento em ações de reciclagem, redução de CO_2 e a forte gestão em resíduos minimizando impacto no meio ambiente. Atuamos próximos aos nossos parceiros para garantir que nossos compromissos sociais e sustentáveis sejam seguidos.



PAULA H. S. ANGELI

SR GROUP LEADER OPEN INNOVATION LA

MONDELEZ

Snacking Made Right é o nosso propósito. Oferecemos o snack certo, no momento certo, produzido da maneira certa. Isso significa ter um portfólio amplo de snacks deliciosos e de alta qualidade, que nutrem os momentos da vida, feitos com ingredientes e embalagens sustentáveis

2/2

"Sabemos do nosso papel como agentes de transformação para gerar uma mudança positiva, por isso, diversidade, equidade e inclusão são uma de nossas prioridades."

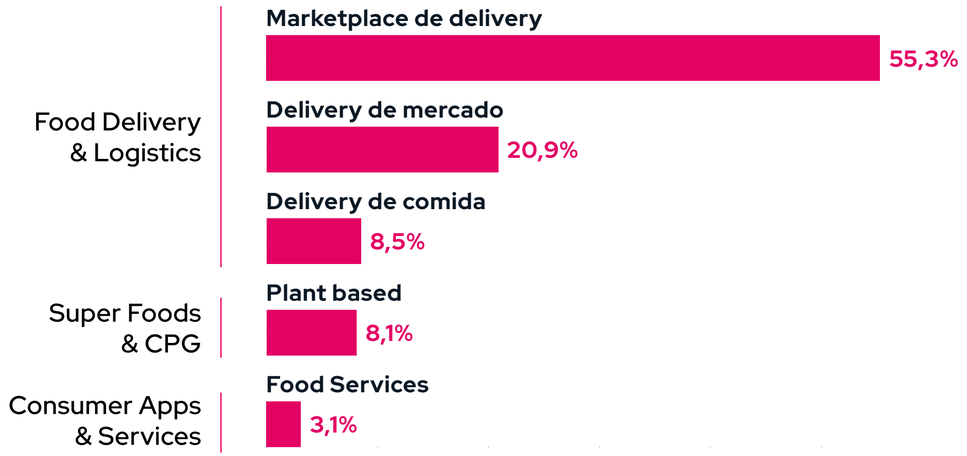
Durante a pandemia, nossa responsabilidade como empresa ficou ainda maior e aumentamos nossas ações sociais. Além de doações de EPI's, monitores para Unidades de Terapia Intensiva (UTI), testes rápidos de Covid-19, máscaras, refrigeradores para o armazenamento de vacinas, oxímetros, caixas térmicas e termômetros, também realizamos doações contínuas de toneladas de alimentos para famílias em situação de vulnerabilidade social.

Food Delivery é categoria que recebe maior quantidade de investimentos, Smart Kitchen & Restaurant Tech é a que mais recebe deals.

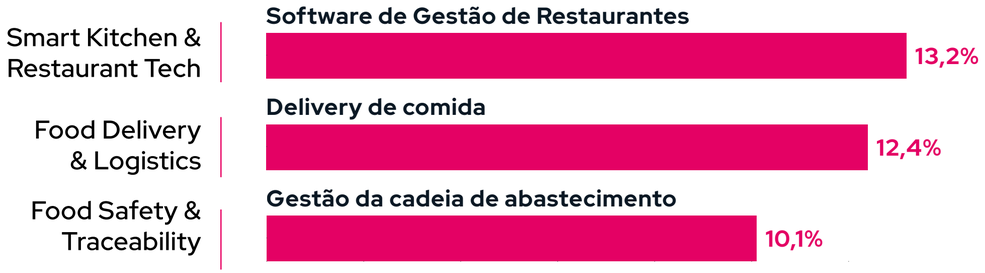
Os valores dos investimentos se concentram na categoria de Food Delivery, especialmente nos últimos anos onde a oferta de entregas teve uma mudança drástica, impulsionado por soluções da subcategoria de **Marketplace de Delivery** como o iFood e **Delivery de mercado** como a Shooper e Daki.

A categoria que mais recebeu número de deals foi a de Smart Kitchen & Restaurant Tech com Software de Gestão de Restaurantes.

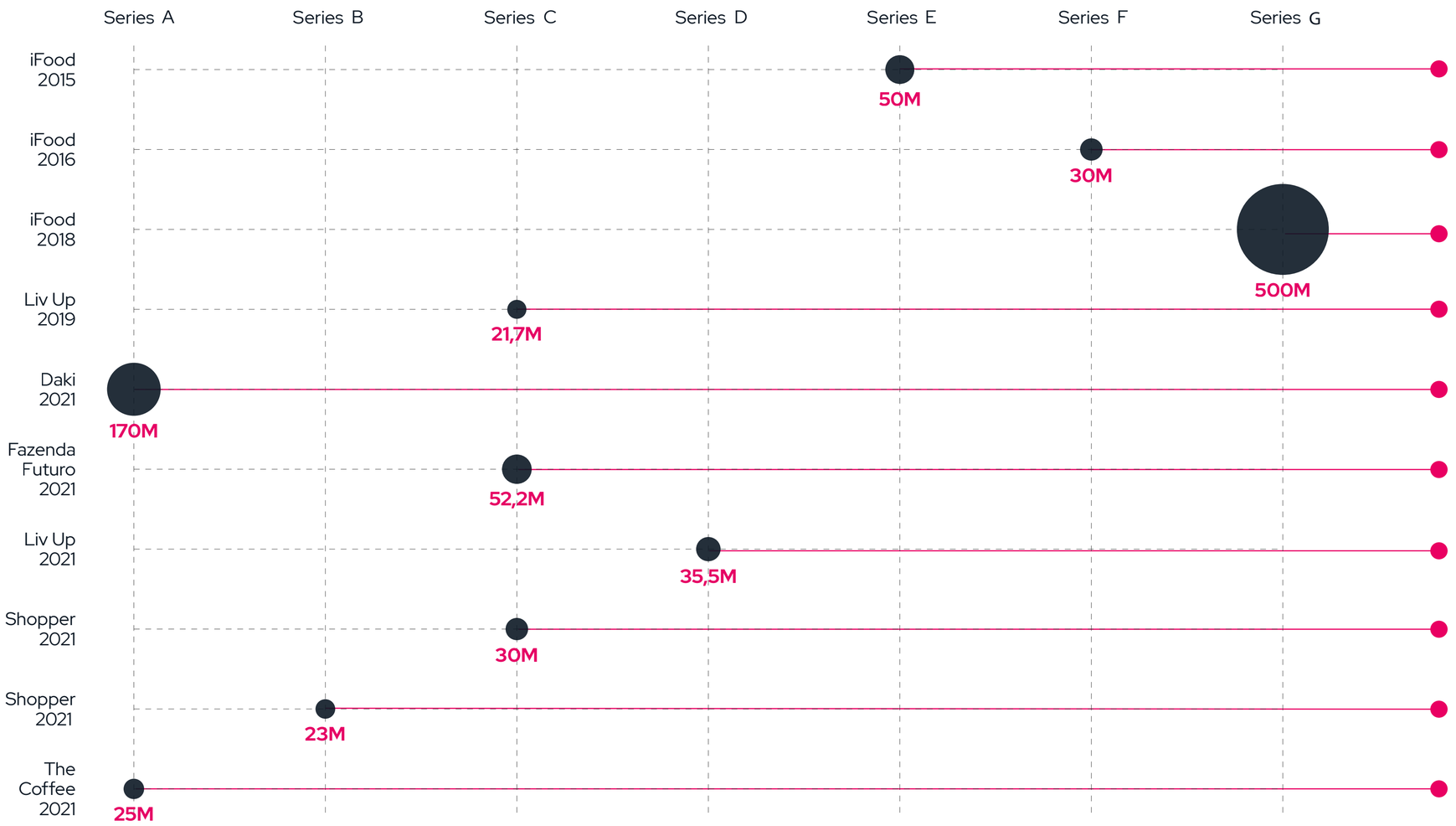
Valor de investimento (em USD)



Número de deals



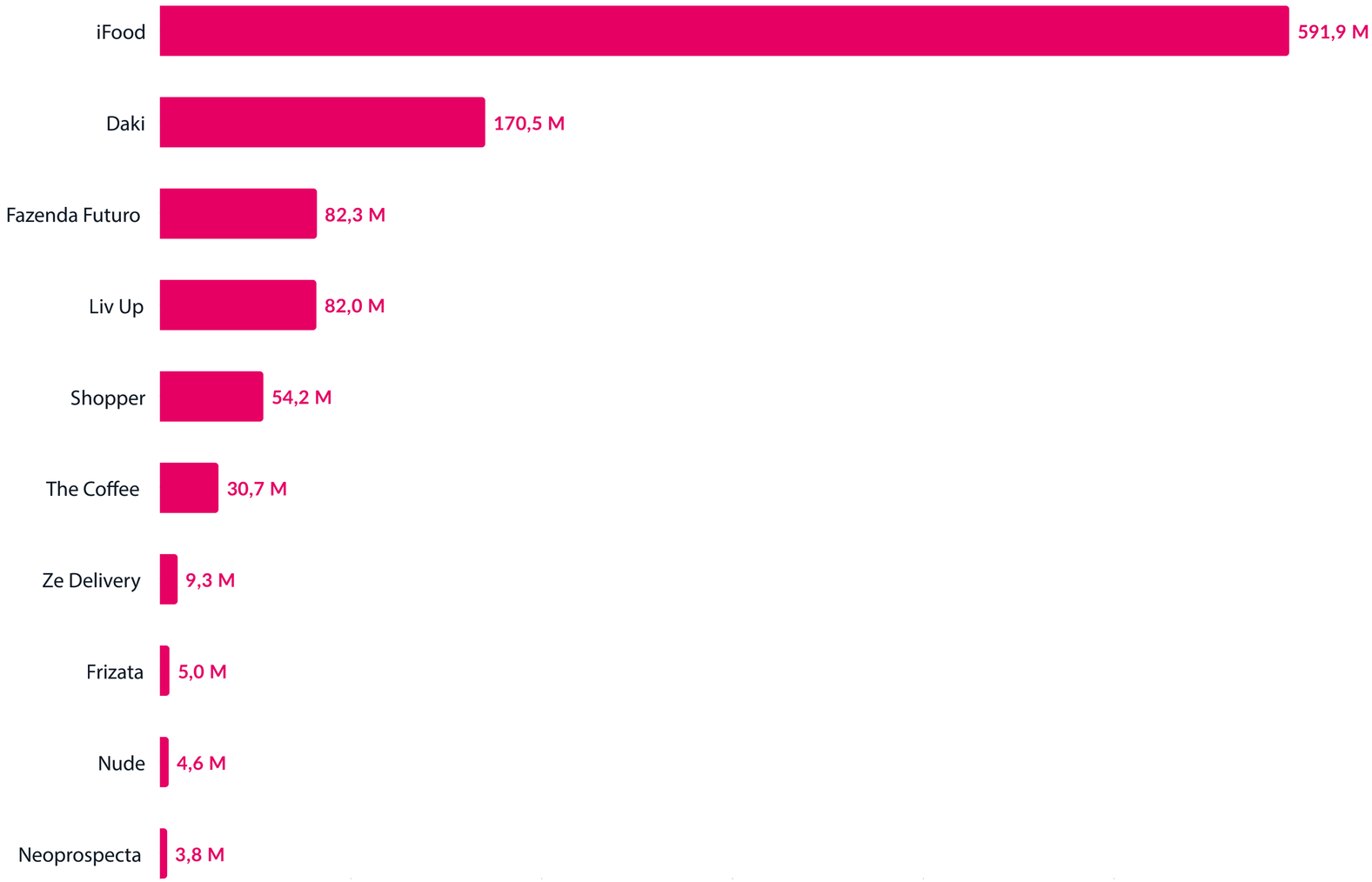
OS MAIORES DEALS (EM USD)



Principais investidores

iFood 2015	Movile, Just Eat
iFood 2016	Movile, Just Eat
iFood 2018	Innova Capital, Movile, Naspers
Liv Up 2019	Endeavor Catalyst, Kaszek Ventures, Spectra Investimentos, ThornTree Capital Partners
Daki 2021	Monashees, Kaszek Ventures, Tiger Global Management, GGV Capital, FJ Labs, Greycroft, Balderton Capital, Activant Capital
Fazenda Futuro 2021	BTG Pactual, monashees, Go4it Capital, ENFINI Investments
Liv Up 2021	Lofoten Asset Management
Shopper 2021	GIC, Quartz, Floating Point Group, Minerva Foods, Oikos
Shopper 2021	FJ Labs, Quartz, Minerva Foods, Fegik Investimentos, Oikos
The Coffee 2021	null

STARTUPS MAIS INVESTIDAS



*Dados desde 2010

*Todos os valores em USD

M&A
AQUISIÇÕES

ADQUIRIDA		ADQUIRENTE
RESTAURANTE WEB	2014	ifood
Papa Rango	2014	ifood
alakarte	2014	ifood
Apetitar	2015	ifood
netcook	2015	ifood
DEVORANDO	2016	ifood
natue	2018	Mundo Verde
James	2018	Grupo Pão de Açúcar
MisterChef.net	2018	bematech
PedidosYa	2018	ifood
cheftime	2019	Grupo Pão de Açúcar
Zaitt	2020	Sapore

ADQUIRIDA		ADQUIRENTE
shipp	2020	Sapore
LuccoFit	2020	Sapore
ZYGO	2020	PagSeguro
SUPERMERCADO NOW	2020	B2W DIGITAL
Simplus.	2020	WORLD SYNC
aiq fo me	2020	magalu
tonolucro	2021	magalu
GrandChef	2021	magalu
daki	2021	JOKR
shipp	2021	LOJAS AMERICANAS
ALFRED	2022	7stars Ventures
ORGÂNICO de Casa	2022	GRUPO super nosso

Ecossistema

Hubs

Um hub de inovação consiste em um espaço físico no qual startups podem colocar em prática as suas ideias, validar suas soluções e realizar networking com outras startups, empresas, universidades e investidores.

BIOMA FOOD HUB

O Bioma Food Hub é um hub localizado em São Paulo, voltado para startups e empresas ligadas ao setor de bebidas e alimentação. O espaço oferece mesas e salas, cozinhas e bancadas laboratório para os membros.

O hub conta com mais de 10 foodtechs residentes, além de abrigar a Outcast Ventures, fundo de venture capital voltado a foodtechs.

BIOMAFOODHUB.COM

LINKEDIN.COM/COMPANY/BIOMAFOODHUB/

FOOD VENTURES HUB

O Food Ventures Hub é uma aceleradora e produtora de conteúdo sobre foodtechs. O hub cria uma ponte entre todos os integrantes da cadeia de alimentos, do pequeno produtor à indústria; do pesquisador de laboratórios à grande indústria.

O hub ainda tem o programa de aceleração Techstart Food Innovation para as startups, além de fazer um mapeamento constante das foodtechs brasileiras.

FOODVENTURES.COM.BR

LINKEDIN.COM/COMPANY/FOODVENTURESHUB

FOOD TECH HUB

O Food Tech Hub, fundado em 2019, busca ajudar empresas a identificar fontes relevantes de conhecimento, apoio e parceria.

O hub tem uma série de startups e corporações membros e conta com diversos serviços como: conexão entre startups e empresas, pesquisas sobre o mercado e eventos.

O maior evento promovido é o FoodTech Expo, que acontece uma vez por ano e já está na sua segunda edição.

FOODTECHHUB.COM.BR

LINKEDIN.COM/COMPANY/FOODTECHHUBBR

COWORKING

Um coworking é um espaço onde empresas alugam por um tempo determinado para terem acesso a infraestrutura do local. Por vezes é agrupado um número de empresas com o mesmo objetivo.

HUB FOOD SERVICE

O Hub Foodservice é um espaço que reúne profissionais e interessados no mercado de foodservice, promovendo: integração, informação, redes de negócios e relacionamentos. As cozinhas do Hub agregam profissionais como: designers, projetistas, arquitetos, engenheiros de alimentos, nutricionistas, chefs de cozinha, profissionais de marketing, tecnologia. Além de parceiros do setor como: empresas de comunicação e fornecedores de equipamentos, utensílios, uniformes, sistemas e alimentos.

HUBFOODSERVICE.COM.BR

INCUBADORAS

As incubadoras têm o objetivo de ajudar startups a darem seus primeiros passos, recebendo investimentos, treinamentos, mentoria e até mesmo possíveis parcerias. Algumas estão ligadas a parques tecnológicos, que, por sua vez, estão relacionados a universidades.

INCUBADORA FERMENTO

A Incubadora Fermento é uma iniciativa da ABRASEL/SC, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes em parceria com SEBRAE, Miditec e a Mauá Ventures.

A primeira batch foi realizada em agosto de 2021, buscando o desenvolvimento e crescimento de startups relacionadas ou pertencentes à cadeia de food service.

A Fermento vai oferecer mentorias para as startups, acesso a uma rede empreendedora de parceiros, associados e apoiadores. Além disso auxiliar no desenvolvimento mercadológico da startup.

SC.ABRASEL.COM.BR/ABRASEL/FERMENTO/

LINKEDIN.COM/COMPANY/ABRASEL

PROGRAMAS DE INOVAÇÃO ABERTA

HUB BRF

O Hub BRF é uma iniciativa da BRF, um dos maiores produtores de alimentos do mundo, que busca conectar startups com soluções inovadoras a corporação por meio do ecossistema de inovação aberta.

Os desafios não se limitam a foodtechs, podendo ter temas que fogem os alimentos em si, assim como também podendo ser realizado por empresas, instituições de pesquisa e outros além de startups.

BRFHUB.COM

PANELA NESTLÉ

O Panela é a plataforma de conexão da Nestlé com colaboradores, startups, universidades e parceiros empresariais. Ela chega para consolidar a presença da Nestlé no ecossistema de inovação do Brasil e ser o canal de conexão para parceiros internos e externos se relacionarem com a empresa que conta com mais de 50 marcas.

PANELANESTLE.COM.BR/

TRANSFORMING LAB DANONE NUTRICIA

O programa de aceleração Danone Nutricia Transforming Lab busca por startups inovadoras que estão dispostas a contribuir na transformação por um mundo melhor por meio da nutrição. Com a iniciativa, a companhia deseja criar soluções a partir de serviços, tecnologias, produtos e insumos que transformem a vida de nossos consumidores finais, clientes varejistas, parceiros, médicos, representantes e funcionários.

TRANSFORMINGLAB.LIGA.VENTURES/

GPA LABS

Em foodtech a empresa do grupo Pão de Açucar busca Pesquisa e desenvolvimento de produtos disruptivos utilizando novas tecnologias e que respondam às tendências de consumo e comportamento.

HLG.GPALAB.COM.BR/

BRINC Aceleradora



A Outcast Ventures é parceira da BRINC, plataforma global de aceleração presente em 36 países e um portfólio com mais de 150 startups.
No Brasil, ela promove o programa de aceleração FOOD TECHNOLOGY.
Seus principais objetivos são evitar que os empreendedores caiam em erros comuns enquanto são preparados para um próximo nível de desenvolvimento da ideia.
As startups selecionadas são orientadas em três frentes principais:

- **Preparação para receber investimento através da rede de contatos da BRINC;**
- **Suporte técnico para garantir que o produto esteja alinhado às expectativas do mercado;**
- **Impulsionamento da comercialização através de novos mercados, com suporte de logística e conexão com novas empresas.**

A BRINC oferece mentoria, conexão com profissionais-chave do ecossistema do setor de A&B e outros elementos essenciais para o desenvolvimento do negócio.
Para participar, é preciso se encaixar em uma das verticais abaixo:

- **Alternative Protein**
- **Sustainable Food Packaging**
- **AgriTech**
- **Food Waste Solutions**
- **Novel Ingredients**
- **Restaurant Tech**
- **Food Delivery & Last Mile Logistics**
- **Food Supply Chain Innovation**
- **FoodTech SaaS**

Para saber mais sobre o programa de aceleração, acesse: **www.brinc.io/food-technology-brazil-program/**

PROGRAMAS DE INOVAÇÃO ABERTA

SCALE UP ENDEAVOR A&B

O Scale Up Endeavor Alimentos & Bebidas é uma aceleração com duração de cinco meses para 15 scale-ups selecionadas pela Endeavor, que podem ou não serem FoodTechs.

O programa busca empresas early stage à expansão, principalmente com foco em marcas fortes e com crescimento acelerado, além de serem de base tecnológica.

ENDEAVOR.ORG.BR/SCALEUP

LINKEDIN.COM/COMPANY/ENDEAVOR-BRASIL

TECH START FOOD INNOVATION VENTURE HUB

O TechStart Food Innovation é um programa de aceleração e inovação aberta criado pela Conexão.f, Food Ventures e Venture Hub® para promover Startups, Empresas, Indústrias e Instituições a acelerarem negócios, projetos e tecnologias para o setor de ingredientes, alimentos, bebidas e embalagens.

VENTUREHUB.SE/TECHSTARTFOOD/

LINKEDIN.COM/COMPANY/BIOMAFOODHUB/

HUB RELP

O HUB-R é um espaço de coinovação para a alimentação, onde organizações, startups, investidores e mentores trabalham de forma colaborativa para inovar e gerar novas soluções e negócios. Ecossistema que abrange toda cadeia do foodservice com esse intuito de inovar colaborativamente a partir de tecnologias disruptivas e não-disruptivas.

RELPACELERADORA.COM/

LINKEDIN.COM/COMPANY/VENTUREHUBACC

IFOOD LABS

O iFood Labs é o hub responsável por conectar o iFood ao ecossistema para testar, co-desenvolver e investir em novas soluções que alavanquem o crescimento do negócio.

LABS.IFOOD.COM.BR/

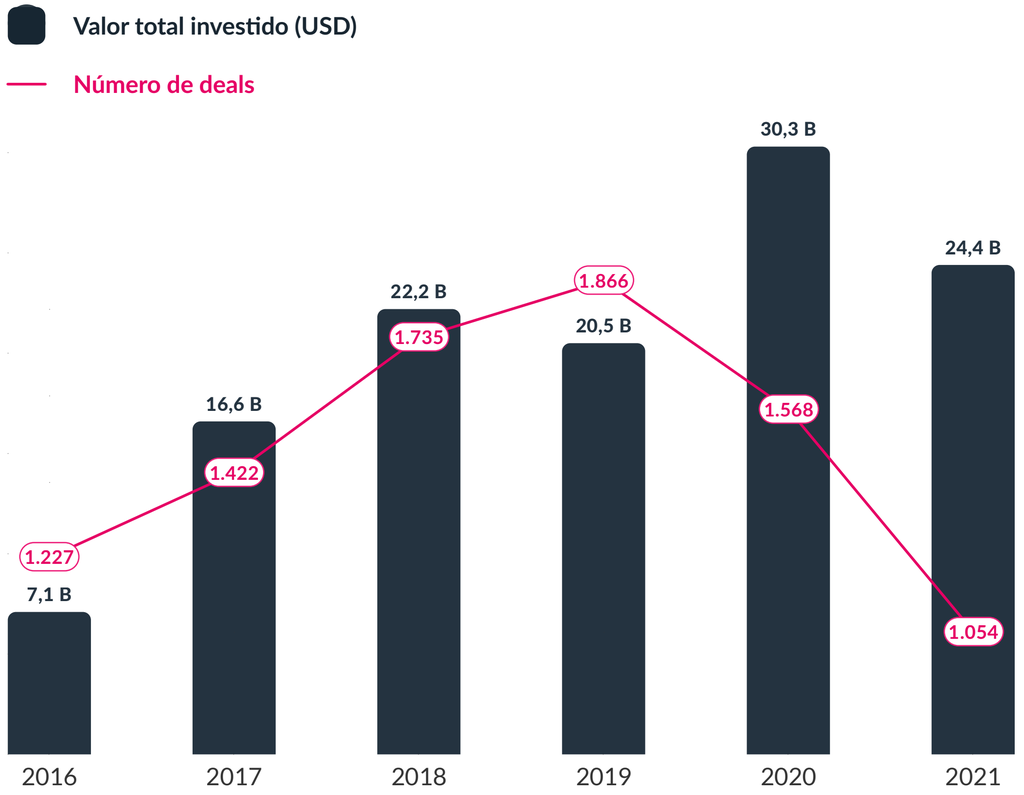
Internacional

INVESTIMENTOS INTERNACIONAIS

Conforme é possível ver no gráfico, o volume de investimentos em FoodTechs vêm crescendo desde 2016, com uma pequena queda em 2019 que porém, foi o ano com maior quantidade de deals. Nos últimos 6 anos foram mais de 120 bilhões investidos em foodtechs.

Ainda é difícil prever se esse ano vai superar o ano anterior, seguindo o ritmo atual o volume vai ficar levemente inferior, assim como a quantidade total de deals.

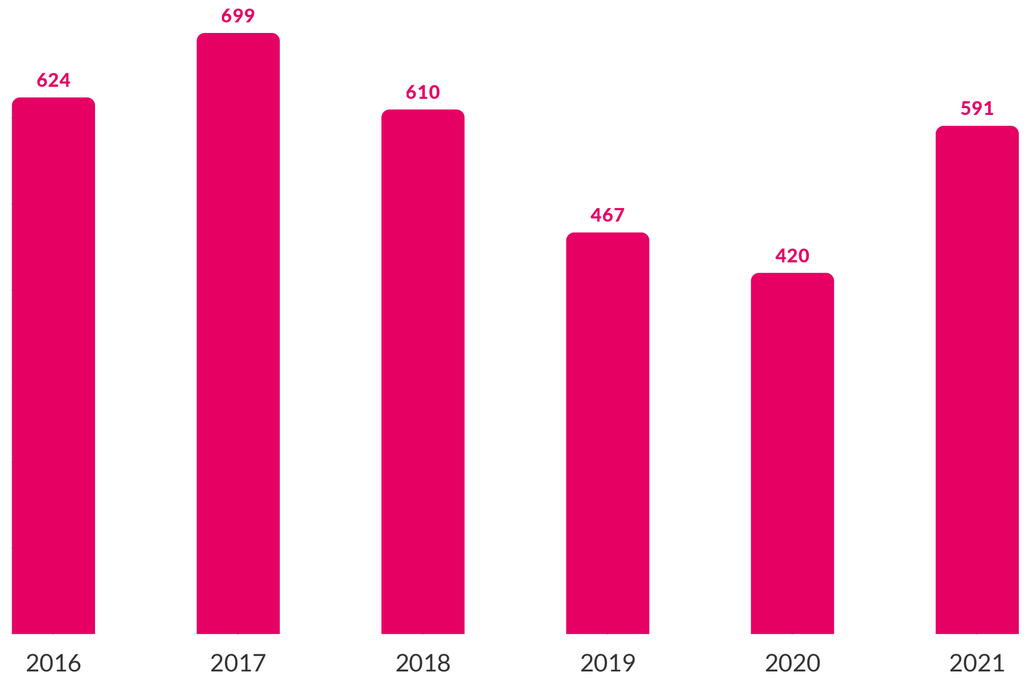
Apesar dessa possível queda, o setor continua acelerado, com FoodTechs cada vez mais relevantes mundialmente, principalmente as voltadas para delivery e alimentos plant-based. Enquanto a primeira ganhou ainda mais relevância durante a pandemia, a segunda segue a tendência de aumentos de pessoas buscando alternativas de proteína animal.



AQUISIÇÕES INTERNACIONAIS

As aquisições de FoodTechs vinha em queda desde um pico em 2017, onde foram adquiridas 699, com o valor mais baixo sendo no ano passado com 420 aquisições. Porém em 2021 as compras voltaram a crescer, estando no caminho para superar o ano de 2018.

Esse movimento está em linha com o aumento de M&As em diversos setores, e pode ter sido influenciado com o começo da abertura dos países e com um volume represado do ano passado, onde o setor de Alimentos & Bebidas sofreu diversas mudanças com a pandemia.



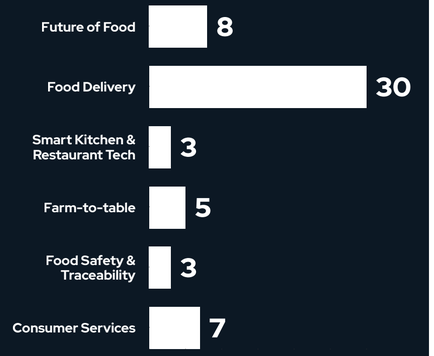
*Quantidade de aquisições

56
unicórnios

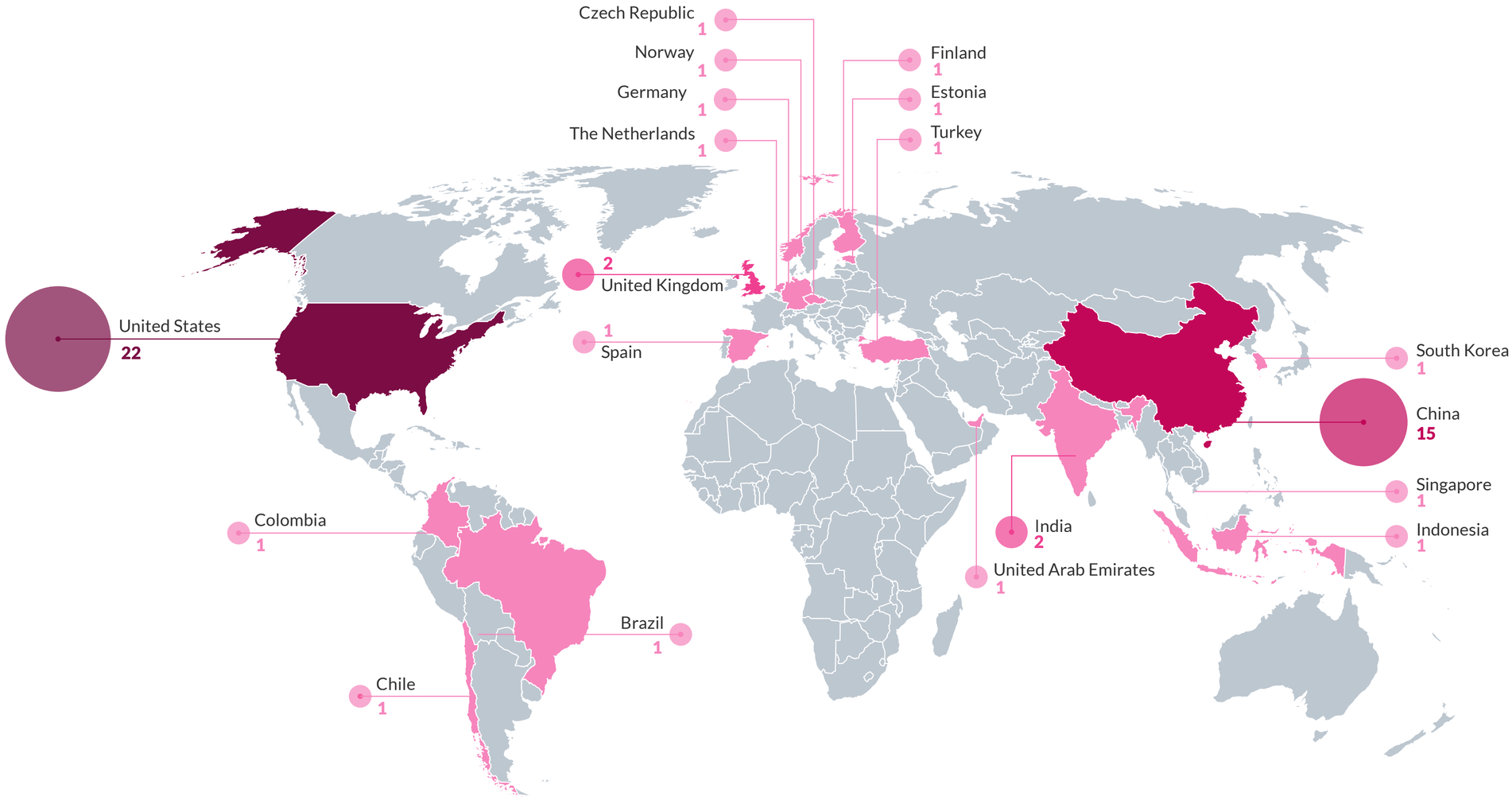
US$ 68.220 BI
total investido em unicórnios

8 anos
tempo médio de fundação

OS MAIORES
INVESTIDORES SÃO:
SOFTBANK, TECENT, ALIBABA GROUP E TIGER GLOBAL MANAGEMENT



*Soma total de investimentos a partir de 2004



Tendências foodtechs

Nutrição personalizada

A nutrição e o mercado de alimentação estão acompanhando essa transformação. Os consumidores, agora mais exigentes, estão em busca de uma alimentação que olhe às suas necessidades e não mais uma dieta feita para o corpo e funcionamento médio da população. A orientação básica e padrão de, por exemplo, comer frango com batata doce e ovos a fim de ganhar massa magra, não tem mais vez.

Ainda mais, as pessoas estão atentas à saúde mental, não só mais com a física. Querem entender como certo tipo de alimento os afetam e em qual quantidade, como podem melhorar o humor, de acordo com seus neurotransmissores, diminuir as ansiedades e energizar o cérebro. Visam comer comidas com texturas e gostos que os agradam mais, mas sem perder nutrientes importantes. Apresentam-se preocupados com suas genéticas únicas, saúde de seus órgãos e visão holística de seus corpos.

Através de dados, algoritmos e inteligência artificial, softwares estão sendo e serão criados e aperfeiçoados, com a capacidade de desenvolver e prover a necessidade de uma nutrição personalizada para o indivíduo, para que entenda e alimente suas necessidades biológicas únicas.
Junto a isso, coletas de dados, testes biológicos e testes genéticos devem ficar mais acessíveis à população, corroborando com a busca da personalização.

Nessa visão, por um lado, os consumidores poderão sincronizar seus dados com dispositivos IOT e, por outro lado, receber, das empresas e ecossistemas, informações e recomendações sobre compras, receita, refeições, texturas e mais de forma individualizada.

Porém, como falado anteriormente, as empresas precisam se preparar para conseguir lidar com tantos dados e para torná-los úteis, transformando-os em produtos e serviços.

Esse movimento já está acontecendo e temos algumas startups trabalhando no tema. De acordo com a Tracxn, Feed Report, de junho de 2021, o ramo de nutrição personalizada teve um aumento de 935% de investimentos nos últimos 2 anos, com o aporte de US$30,5M neste período.

Transparência na cadeia de suprimentos

A conscientização da sociedade e a recorrente busca pela sustentabilidade alteraram a preocupação das pessoas. Elas não estão somente atentas cegamente ao que o rótulo diz sobre a origem do alimento, mas, também, querem conseguir aferir a veracidade das informações sobre a produção e qualidade do que consomem, bem como acompanhar a cadeia, desde a produção até a mesa de sua casa.

Dessa forma, desejam ver a autenticidade de um orgânico e em qual temperatura foi produzido, por exemplo, de qual lugar veio, por quem e como foi produzido. Logo, elas anseiam por maior transparência, ética e segurança.

Para tanto, a cadeia inteira terá que usar:

- **IOT, para conseguir controlar em tempo real a temperatura, local, contato com alergênicos, colheita, e demais informações, conectando o mundo físico ao digital;**
- **Blockchain, para armazenar todas essas informações e dados de forma segura; e**
- **Inteligência artificial, para construir insights com esses dados.**

A informação não virá apenas pelo lado da empresa, mas pelo lado das pessoas também. As empresas conseguirão saber as preferências e comportamentos dos consumidores, transformando-as em dados, podendo evitar desperdícios e ganhar eficiência.

Proteínas alternativas

O que nos leva à próxima tendência, alternativas à produção de carne animal como conhecemos hoje.

Nos últimos tempos, emergiu um movimento voltado à conscientização e alimentação limpa, sustentável e humanitária, com a consequente diminuição do consumo de alimentos derivados de animais, como a carne e os lácteos.

Os consumidores estão em busca de alternativas para o consumo de carne animal, por preocupação à saúde e ao ambiente. Ao mesmo tempo que esse movimento ocorre, a demanda por proteína vem crescendo no mundo.

Alguns são os caminhos que estão sendo percorridos para suprir as exigências da sociedade e dos consumidores:

Tentativa de imitar a textura e sabor da carne animal: substitutos baseados em plantas, caminho escolhido pela Beyond Meat e Impossible Foods, cultivo de carne em laboratório e algas; e Criação e descoberta de novas proteínas, sem a intenção de imitar carne animal.

Temos aqui, por exemplo, a proteína do ar e aumento do nível de proteínas das safras e agricultura.

As proteínas estão presentes de forma natural no ar (dióxido de carbono, oxigênio e nitrogênio). Após passarem por um processo, transformam-se em pó e, ao serem suplementadas, podem ser transformadas em alimentos. Hoje, há duas grandes dificuldades enfrentadas pelas startups que já estão no ramo, sendo elas a escalabilidade e lucratividade.

Há algumas startups trabalhando nisso: air protein (US - raised €26.5M in its Series A in the first week of 2021), deep branch biotechnology (UK), solar foods (Finland – US2.8M - €18.5M for its Series A). A grande dificuldade nesse caso é a escalabilidade e lucratividade.

Voltando-se para o aumento de proteínas nas safras, neste momento, a grande maioria dos alimentos de origem vegetal, que tiveram seu nível de proteína aumentado, é industrializada e processada. Esse é o grande desafio, torná-los mais naturais e saudáveis. Para tanto, algumas startups estão usando machine learning, inteligência artificial, biotecnologia e bioengenharia como ferramentas.

Algumas startups para ficar de olho: equinom (israel 0 18M de dol), caribou biosciences (US – 75M dol) e inaria (US, 129M de dol).

Impressora 3D de comida

Apoiando a personalização da nutrição, as impressoras 3D de comida chegarão como uma forte ferramenta de contribuição, uma vez que traz a capacidade de personalização, ao permitir a produção de produtos de forma hiper individualizada.

As impressoras usam diferentes tipos de materiais, como pó ou líquido, para trazer valor nutricional para pratos e receitas. É possível criar alimentos com valores nutricionais personalizados, bem como texturas e gostos diferentes, de acordo com as preferências e necessidade individuais. Ainda, além da nutrição personalizada, pode ser uma grande aliada ao combate da obesidade e da fome, justamente por permitir a escolha e criação nutricional de novos produtos.

De acordo com a BIS Research, em 2023 esse mercado será de US$ 525 milhões. Algumas startups para conhecer: 3D Systemns Corporation, BeeHexm byFlow e Natural Machines.

CONCLUSÃO

A revolução do foodtech no Brasil está apenas começando. Ao longo deste report nos aprofundamos em sete verticais essenciais e suas subcategorias. Ainda assim, temos a clareza de que há muito para ser discutido e aprendido sobre o tema.

Quando comparamos o montante total de investimentos em foodtech com outros setores, fica claro que há um longo caminho pela frente. Ao mesmo tempo, é notável a ebulição de um ecossistema de foodtech altamente capacitado e o êxito de startups em sua trajetória de crescimento.

Este variado conjunto de evidências nos leva a acreditar que uma grande onda está se formando.

Enxergamos um futuro onde as foodtechs ocuparão um papel protagonista na mudança da dinâmica econômica do setor de A&B. Soluções inovadoras para problemas reais do sistema alimentar dependem de empreendedores visionários. Permitir que estes empreendedores acessem capital de forma simples e eficiente é o que move nosso trabalho.

Outcast Ventures

TERMOS DE USO

Todas as informações e conteúdos presentes neste material são propriedade dos seus realizadores.
É vedada sua utilização para finalidades comerciais e publicitárias sem prévia autorização. Estão igualmente proibidas a reprodução, distribuição e divulgação, total ou parcial, dos textos, figuras, gráficos que compõem o presente report, sob qualquer adulteração e sem que a sua fonte seja citada.



REALIZAÇÃO

OUTCAST VENTURES

DISTRITO

FOOD TECH 2022

PATROCÍNIO

Mondelēz International SNACKING MADE RIGHT

Nestlé Faz bem

APOIO

DANONE

Bioma. FOOD HUB