

iIMPACT

DESCOBRINDO E
RECONHECENDO
**O ECOSISTEMA
DE INOVAÇÃO
E IMPACTO DA
AMÉRICA LATINA**

LATAM POSITIVE IMPACT STARTUP

INNOVATION
LATAM

FDC FUNDAÇÃO
DOM CABRAL

iImpact

2021

2ª EDIÇÃO

PATROCÍNIO PLATINUM

ae
aegea



PATROCÍNIO

 Grant Thornton

METODOLOGIA

 FDC FUNDAÇÃO
DOM CABRAL

REALIZAÇÃO

 INNOVATION
LATAM

Sumário

- 03** Carta ao leitor - Fundação Dom Cabral
- 04** Carta ao leitor - Innovation Latam
- 05** Introdução
- 06** Cenário de Impacto da América Latina
- 07** Metodologia de Pesquisa e Dados
- 10** Resultados de 2021 e o Comparativo a 2020
- 16** Logo com Mapa das Startups Qualificadas
- 17** Jurados
- 22** Visão dos executivos
- 27** Cases das Empresas
- 30** Cases Startups
- 34** Expediente

Carta ao leitor



Fabian Salum
PROFESSOR - FUNDAÇÃO DOM
CABRAL & LÍDER DO PROJETO DE
PESQUISA E METODOLOGIA IIMPACT



Karina Coleta
PROFESSORA ASSOCIADA -
FUNDAÇÃO DOM CABRAL

Há mais de quatro décadas, a Fundação Dom Cabral desenvolve executivos, gestores públicos, empresários e organizações de diversos segmentos em vários países. Em 2020 a instituição ficou em 9º lugar no ranking de educação executiva do jornal britânico Financial Times. Desta forma, consolidou sua posição como a melhor escola de negócios da América Latina e a mais bem colocada do Brasil.

“Para ser relevante” é o lema e princípio por trás de cada uma das atuações da FDC, impulsionando-a em seu papel ativo de criar valor e transformar realidades. O valor não está apenas naquilo que um negócio gera para si por meio da transação no mercado. Tem que ser bom para todo mundo! E bom significa fazer diferença, gerar um impacto positivo para além de suas fronteiras com foco triplo de valor: social, ambiental e econômico.

Existem negócios que já nascem com o propósito de gerar impacto positivo, outros incorporam esta responsabilidade crucial. Importa que o alvo seja buscado de maneira intencional e não ocasional. E que esta intenção de endereçar um problema social ou ambiental seja explicitada, interna e externamente, com clareza. Porém, isto ainda não é o bastante. É preciso definir indicadores que deem ao negócio, e aos seus stakeholders, a capacidade de medir e compre-

ender o impacto efetivamente gerado. Isso traz transparência e realidade para a atuação. O monitoramento estratégico mantém no horizonte as perguntas: Como o problema estava antes da intervenção? Que transformações ocorreram ao longo do tempo por causa da intervenção? Ou seja, o impacto de um negócio é igual à situação depois da sua solução menos a situação antes de sua solução.

Esse tipo de análise não é tão simples na prática, principalmente em estágios iniciais. É na medida em que o negócio avança na jornada, que ele vai compreendendo a dimensão e os limites de seu impacto no problema. Isto significa que a visibilidade do impacto requer tempo. Também é preciso levar em consideração que outras variáveis interferem na observação, pois, nem sempre, é possível distinguir quais mudanças ocorreram apenas em função da intervenção do negócio.

Por isto, é com satisfação que a FDC quer conhecer e reconhecer os negócios empenhados em mensurar sua contribuição para reduzir ou solucionar problemas sociais e ambientais. Aqui estão os resultados da segunda edição do selo iImpact. Por trás de um reconhecimento existe uma jornada e, o objetivo do iImpact é dar às startups latinoamericanas a oportunidade de apresentar as evidências do impacto causado pela sua jornada.

Boa leitura!

Um propósito maior



João Pedro Brasileiro
CEO DA INNOVATION LATAM

Tem uma frase que diz: "os dois mais importantes dias da sua vida são os dias que você nasce e o dia que você descobre o porquê".

Não sei ao certo quem a proferiu - alguns dizem que foi o autor americano Mark Twain. O fato é que, quem quer que tenha sido, poderia ter sido um grande empreendedor. Afinal, assim como no âmbito pessoal, para uma empresa também é crucial conhecer seus propósitos.

Na Innovation Latam, temos o propósito de facilitar o relacionamento entre startups e grandes empresas, contribuindo para a geração de negócios e resolução de "dores" corporativas.

Para atingir esse propósito, desde 2016 criamos diversas ações para que investidores, governos, academia, empresas e startups se conectem. Incentivamos o desenvolvimento de inovações e tecnologias, geramos receita às startups e empresas que apoiamos, temos projetos de ESG e estamos alinhados às ODS. Tenho, hoje, prazer em dizer que somos um dos principais fomentadores de negócios ligados à impacto da América Latina.

E, meu amigo ou amiga, tenho que admitir que startups de impacto social têm um propósito ainda maior que nos faz acordar todos os dias e vibrar por nossas conquistas. Nós **precisamos** contribuir com um mundo melhor.

Foi assim que em 2019 nos unimos à excelência da Fundação Dom Cabral, a 9ª melhor escola de negócios do mundo, para a criação do Selo ilImpact.

A primeira edição, somou 509 startups de impacto inscritas e 65 validadas pelo ilImpact. Neste ano, foram 555 inscritos e 78 validadas. Um crescimento de impacto, poderíamos bem assim definir.

Com isso, caminhamos de maneira consciente e comprometida rumo ao nosso propósito de identificar, avaliar e reconhecer as startups da América Latina que geram os impactos ESG, alinhados aos objetivos do desenvolvimento sustentável da ONU mais relevantes.

Por fim, encerro essa carta convidando-o a acompanhar todas as estatísticas desse projeto com atenção e visão estratégica.

Que os dados apresentados, assim como os cases, te inspirem na direção de agir junto para fomentar o ecossistema de inovação e impacto da América Latina.

E que nesse caminho você também encontre o seu propósito maior.

Boa leitura!

Introdução

A persistência da desigualdade e do desequilíbrio, seja em questões sociais ou ambientais, deixam cidadãos e nações cada vez mais vulneráveis. Soluções tradicionais somadas aos déficits em infraestrutura e parcerias entre os setores público e privado são fatores limitantes para saltos maiores. No entanto, a consciência e atuação direcionada para o impacto positivo tem se mostrado cada vez mais forte em busca de equilíbrio e avanço efetivo.

Em 2019, a Fundação Dom Cabral lançou a 1ª Chamada *Leapfrogging*. Liderada pelo professor Fabian Salum e com o apoio da Pipe Social, a chamada fez um mapeamento do uso da tecnologia pelas startups brasileiras para superar obstáculos estruturais, possibilitando ou ampliando o acesso a benefícios socioambientais que não seriam possíveis pela via tradicional. O foco estava em negócios que utilizassem a tecnologia para gerar impacto positivo por meio de seus produtos, serviços ou da configuração de seus modelos de negócio.

Foi neste mesmo ano que a equipe de professores e pesquisadores FDC se aproximou da expertise e alcance da Innovation Latam, liderada por João Pedro Brasileiro, que trouxe a possibilidade de ampliar o escopo do mapeamento para a América Latina.

A ideia de parceria foi reforçada pela intensidade que as discussões e iniciativas referentes aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e à Agenda 2030 da ONU ganhou ao longo do tempo. Em janeiro de 2020, a carta anual de Larry Fink aos CEOs de empresas investidas pela Black Rock trouxe a relação entre propósito e lucro para o centro das decisões de investimento. No mesmo ano, o Manifesto do *World Economic Forum* declarou que a criação de valor de uma empresa deve ir além dos shareholders, conciliando as expectativas de todas as partes interessadas, inclusive de seu entorno social e ambiental. Mais tarde, a crise global instaurada em função da pandemia tratou de reforçar a relevância deste caminho.

Na esteira destas discussões nasceu, em 2020, o selo *iImpact* com o objetivo de identificar os principais problemas socioambientais endereçados pelas startups latinoamericanas, e compreender como (e se) elas registram e medem a contribuição gerada, considerando, especialmente, a visão de seus diferentes stakeholders.

Seguindo o percurso da metodologia, das 509 startups inscritas 65 receberam o reconhecimento de suas evidências de transformação e mudanças concretas na realidade das pessoas e dos contextos alcançados pela atuação do negócio.

O tema do impacto se aqueceu ainda mais em 2021. O debate no *World Economic Forum* deu destaque às métricas de ESG (em inglês: *environmental, social, and governance*) como forma de apoiar o enfrentamento dos desafios globais persistentes. Destaca-se também a discussão crucial trazida pela COP26 (Conferência entre as Partes) quanto às mudanças climáticas.

EM 2021

o tema do impacto se aqueceu ainda mais

Neste contexto e diante de parcerias importantes firmadas entre algumas startups reconhecidas pelo selo e empresas estabelecidas, a segunda edição do *iImpact* foi lançada em 2021. O foco das etapas e metodologia permaneceu na apresentação e validação de evidências que comprovassem os reais impactos e contribuições dadas pelas startups ao avanço das ODS sobre as quais atuam. Na segunda edição, das 555 startups inscritas, 78 foram reconhecidas. Resultados que consolidam a metodologia e contribuem para estimular que as startups sejam capazes de demonstrar o impacto efetivamente gerado. O objetivo é prosseguir incentivando a evolução dos negócios de impacto social e ambiental, paralelamente aos desafios da Agenda 2030.





Cenário

Inclusão financeira se mantém como tendência no impacto social

A segunda edição do Impact dá continuidade ao desenho do cenário das startups na América Latina iniciado em 2020.

Com as atualizações sobre o impacto social das startups escassas no período de 2020 a 2021, adicionamos a esta análise números recentes dos setores que mais se destacaram e investimentos na região.

Ao cruzar os dados, nos deparamos com pontos de convergência que fortalecem as tendências que começaram a despontar em 2018, no relatório da LAVCA apresentado na primeira edição desta publicação.

A inclusão financeira, citada no ano passado como um dos principais impactos sociais proporcionados pelas startups, ganha ainda mais visibilidade com o advento das fintechs, setor que mais se destacou nas rodadas de investimento aberto entre 2020 e o primeiro semestre de 2021*, recebendo 34% dos aportes.

O destaque dado às fintechs não surpreende, visto que o impacto social foi acelerado pelo novo normal no cenário pós pandemia.

GEOGRAFIA

No que tange à localização das startups, o Latin America Startup Landing Scape** mostra que o Brasil dispara na frente, detendo 77% das 23.383 startups mapeadas.

Ante essa predominância, trazemos informações relevantes do cenário do impacto social promovido pelas startups no país.

Das 343 startups com soluções relacionadas à ESG no Brasil mapeadas pela ACE Cortex***, 38% atuam com destaque no impacto social. O setor de educação (edtechs) é o mais aquecido, mas healthtechs e startups de cybersecurity também ganham destaque.

UNICÓRNIOS

Uma das principais constatações dos relatórios do período é que cada vez mais startups são elevadas à categoria de unicórnios na América Latina.

Apesar da Argentina ter sido o único país latino-americano a produzir unicórnios por mais de uma década, o cenário começou a mudar em 2018. Hoje, 60% dos unicórnios latino-americanos estão no Brasil, 17% na Argentina e 11% no México. Somente no primeiro semestre deste ano, 13 empresas subiram para esse patamar.

Enquanto as startups continuam preocupadas em promover o impacto social, financiar essas iniciativas se consolida não apenas como uma oportunidade de gerar lucro, como reforçar os valores da empresa para com a sociedade.

Acompanhe os gráficos para conhecer outros dados relevantes desse cenário.

* Dados do 2021 Latin American Startup Directory, da Associação Latino-Americana de Private Equity & Venture Capital (LAVCA), que analisou 299 startups com arrecadação de pelo menos US\$1 mi no período.

** Produzido pelo Sling Hub, o relatório analisou 23.383 startups e 656 investidores entre 2017 e 2021.

*** Mapeamento foi realizado combinando o banco de dados de mais de 15 mil startups avaliadas pela divisão ACE Startups em março de 2021.

STARTUPS QUE MAIS RECEBERAM RODADAS DE INVESTIMENTO EM 2021

STARTUPS	RODADAS
Fintechs	116 34%
Soluções em TI	39 11%
E-commerce	34 11%
Healthtech	24 7%
PropTech	22 6%
Edtech	19 5%
Logística	16 5%

STARTUPS POR PAÍSES

Brasil	77% 17.987
México	8% 1.869
Chile	5% 1.109
Argentina	5% 1.107
Colômbia	4% 849
Peru	1% 306
Uruguai	1% 156

UNICÓRNIOS NA AMÉRICA LATINA



Peru ainda é o único país da LATAM que não possui unicórnios

EVOLUÇÃO DOS UNICÓRNIOS NA LATAM



Fontes: Diretório de Startups 2021 (LAVCA) e Latin America Startup Landing Scape (Sling Hub)

Metodologia

Metodologia de pesquisa

A pesquisa de 2021 contou com três etapas avaliativas distintas

A Etapa 1, que ocorreu entre 02 de julho e 16 de agosto, recebeu 555 inscrições voluntárias de negócios de 25 países por meio da plataforma da Innovation Latam. O questionário desta etapa contou com questões predominantemente objetivas em quatro blocos nos quais o negócio informou (a) suas principais características, (b) seu One Line Pitch, (c) barreiras para o crescimento e desafios para ampliação dos impactos, além da sinalização sobre (d) as contribuições de seus produtos e serviços no endereçamento de soluções para problemas sociais e/ou ambientais.

Para efeito de seleção e classificação de startups para a Etapa 2, foram avaliadas a qualidade do preenchimento com informações consistentes e completas, e a sinalização – dada pelos negócios – acerca da aderência de suas soluções às ODS. O processo foi conduzido pelos professores e pesquisadores da Fundação Dom Cabral, empregando a metodologia desenvolvida para este fim.

Foram classificados 326 negócios para prosseguirem para a avaliação das evidências dos impactos gerados, etapa essencial e que constitui a base da criação do selo ilmpact.

ETAPA 1

Informações sobre o negócio, problemas endereçados, percepções acerca do impacto gerado

 **555**
negócios inscritos

 **326**
negócios selecionados

ETAPA 2

Resultados, outputs, impactos, upload de evidências e análise crítica dos impactos

 **277**
negócios inscritos

 **184**
negócios classificados

ETAPA FINAL

Avaliação dos jurados acerca das evidências disponibilizadas e indicação ao reconhecimento pelo selo ilmpact 2021

 **184**
negócios avaliados

 **78**
negócios reconhecidos pelo selo ilmpact 2021

Esquema resumido da metodologia de reconhecimento com o Selo Impact em 2021



Na Etapa 2, as startups puderam adicionar novas informações sobre seu produto ou serviço em termos de (a) outputs, (b) resultados e (c) impactos, além de (d) disponibilizar todas as evidências comprobatórias das contribuições declaradas na narrativa – por meio de vídeos, premiações, documentários, mídia local, documentos, etc. Foram recebidas para a Etapa 2, um total de 277 inscrições entre os dias 28 de agosto e 06 de outubro.

A classificação das startups para a Etapa Final, segundo a metodologia da FDC, ocorreu considerando a qualidade do preenchimento completo do questionário. Além disto, foram conferidas todas as evidências disponibilizadas. Diante disto, 184 negócios seguiram para avaliação dos jurados e especialistas externos – previamente treinados e alinhados com os objetivos do selo.

A Etapa Final ocorreu no período de 12 de outubro a 05 de novembro, contando com a participação de 78 jurados de diferentes países e áreas de atuação no mercado. Eles avaliaram a suficiência das narrativas e das comprovações das evidências de impacto. E, além das notas atribuídas, os jurados indicaram seu nível de recomendação de cada startup ao selo Impact 2021.

A seleção final das startups contou com a análise estatística das notas de recomendação acu-

78 negócios foram reconhecidos pelo selo Impact na edição de 2021

muladas em todo o processo. Para assegurar a confiabilidade dos resultados, cada startup foi avaliada por pelo menos quatro jurados diferentes, e as notas foram analisadas sob as perspectivas da dispersão e variabilidade entre as respostas. É importante destacar que a análise de dispersão entre as notas mostrou que não houve diferenças discrepantes nas percepções dos jurados externos, o que reforça a robustez dos resultados obtidos em todo o processo.

Para mitigar qualquer viés de análise, a nota média de cada startup foi observada com a exclusão da nota mínima e máxima atribuída. Isto evita que as notas extremas, menores ou maiores, influenciem o desempenho das startups analisadas.

Considerando como parâmetro a nota média de indicação superior a 70% da referência máxima possível (3,50 na escala de 1 a 5), **78 negócios** foram reconhecidos pelo selo Impact na edição de 2021 pelas contribuições positivas geradas e comprovadas pelos stakeholders em seu contexto social e/ou ambiental.

A seguir, apresentamos um quadro comparativo das principais características dos negócios que decidiram participar da edição 2021 do Selo Impact. Observe que os dados são seg-

EDIÇÕES ANUAIS - SELO iIMPACT

LINHA DE CORTE - % TAXA MÍNIMA DE RECOMENDAÇÃO¹

2020	> 70%
2021	> 70%
2022	> 72%
2023	> 72%
2024	> 74%
2025	> 74%
2026	> 76%
2027	> 76%
2028	> 78%
2029	> 78%
2030	> 80%

¹ O percentual de recomendação levará em conta o alcance da nota média de indicação ao reconhecimento entre os jurados, já excluindo as notas máxima e mínima, em relação à nota máxima possível.



Anos de fundação (média)

2 anos e 7 meses

etapa 1

2 anos e 10 meses

etapa 2

3 anos e 1 mês

selo ilImpact



% startups que receberam investimentos

25%

etapa 1

34%

etapa 2

41%

selo ilImpact

mentados por etapa do processo/metodologia de reconhecimento. O entendimento do quadro nos permite afirmar que as startups inscritas em 2021 apresentam maior maturidade e nível de investimento à medida que o processo requer robustez na comprovação dos impactos gerados. Além disso, observa-se que as startups reconhecidas possuem maior tempo de fundação em relação ao grupo de negócios inscritos, mas endereçam soluções para dois objetivos de desenvolvimento sustentáveis que não foram os mais frequentes nas primeiras etapas: ODS 9 (Indústria, inovação e infraestrutura) e ODS 13 (Ação contra a mudança global do clima).

Para assegurar a transparência e rastreabilidade do processo de reconhecimento pelo Selo ilImpact, foi desenvolvida em 2021 uma melhoria na metodologia. Desta vez, quisemos promover um novo quesito que estabelece o critério mínimo para reconhecimento de um negócio. O objetivo desta mudança é incentivar a evolução dos negócios de impacto social e/ou ambiental, paralelamente aos desafios da Agenda 2030 da ONU. Em 2020, ano da primeira edição do selo, as startups reconhecidas após todo o processo de avaliação e julgamento tiveram, como linha de corte, no mínimo 70% de indicação ao reconhecimento pelo selo.

A ideia, neste momento, e a fim de aprimorarmos as próximas edições anuais é desafiar os negócios a se superarem em relação aos anos anteriores com uma linha de corte progressiva ao longo dos 10 anos previstos para o desenvolvimento e alcance das metas estabelecidas pela ONU e COP26. Isso se traduz, a seguir, num processo de evolução e ampliação dos impactos e de sua capacidade de medi-los e evidenciá-los.

A previsibilidade dos critérios de reconhecimento pelo selo ilImpact, além de equalizar as expectativas de desempenho por parte dos negócios participantes, também gera um movimento de busca pelo aperfeiçoamento no monitoramento dos impactos. Dessa forma, o selo abrange e incentiva a participação de novos negócios, como também daqueles que já participaram em edições anteriores, e que desejam demonstrar seus avanços ao longo do tempo e, assim, manter o reconhecimento com o selo ilImpact a cada nova edição anual. Por isso, a quantidade absoluta de negócios participantes e de negócios que inauguram sua participação no processo de reconhecimento pelo selo ilImpact são indicadores importantes para identificar o alcance da iniciativa diante do ecossistema de negócios de impacto na região da América Latina.

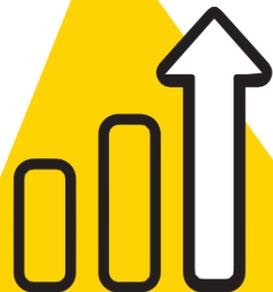
ETAPA 1

Dados e resultados

A seguir, os principais resultados da edição 2021.

Avanço em número de negócios participantes e países representados

O número de países representados em 2021 aumentou de 22 para 25. A participação de negócios não brasileiros também aumentou (41% em 2020 e 45% em 2021). Participam pela primeira vez negócios localizados no Afeganistão, Austrália, Suriname e Dinamarca. O número total de startups que iniciaram o cadastro na plataforma em 2021 superou a primeira edição, subindo de 509 em 2020 para 555 neste ano.



NEW

Predominância de negócios que participam pela primeira vez no Impact.

Cerca de 90% dos negócios que se inscreveram em 2021 não participaram da edição do ano de 2020. Entre as 65 startups reconhecidas na primeira edição, 31% se inscreveram novamente em 2021, na busca pela revalidação do selo Impact.

Participação relevante do Paraguai, Venezuela e Bolívia em comparação a 2020

Países da América do Sul ampliam a participação na edição de 2021, e participação de negócios brasileiros se mantém significativa.

Paraguai, Venezuela e Bolívia aumentam consideravelmente o número de negócios participantes em comparação a 2020 (até sete vezes). Já Costa Rica, El Salvador e Nicarágua experimentaram redução de startups participantes em 2021. Negócios brasileiros continuam predominando, e em 2021 a participação aumentou 3%. Startups dos Estados Unidos reduziram a participação em 53%, se comparada a 2020.



Cerca de **90%** dos negócios que se inscreveram em 2021 não participaram da edição do ano de 2020

Modelos de negócios que privilegiam soluções para empresas novamente são os mais representados na edição de 2021. Modelos E-Commerce e Signature ampliam sua participação.

B2B e B2B2C permanecem em 2021 como modelos de negócios predominantes entre as startups participantes, com modificações interessantes no que tange à monetização. Em 2021, destacaram-se negócios que envolvem E-commerce e Signature, enquanto em 2020 destacaram-se Consulting e Sale of goods. SaaS e Fees per transaction foram os modelos mais observados em ambos os anos.



Market Places e modelos de negócios voltados para o consumidor aumentam sua representatividade em 2021.

Comparativamente a 2020, aumentou a participação de negócios Market Place e B2C. Isto possui uma relação direta com os efeitos de isolamento social que todas as sociedades foram impostas a vivenciar com a Pandemia. Ainda sobre modelos de negócios, em 2021 não foram identificados negócios B2G como na edição de 2020. Fica aqui um ponto de atenção e reflexão.



A ODS 8 (Trabalho Decente e Desenvolvimento Econômico) continuou como o objetivo mais representativo em ambos os anos.



Menos negócios investidos e com desafios para alcançar tração e escala.

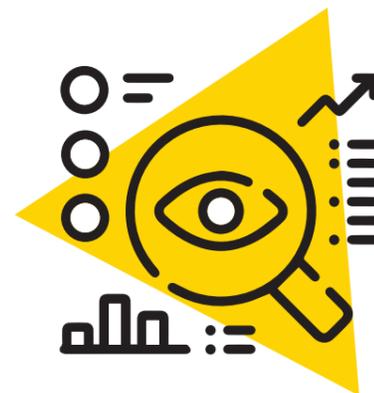
A participação de negócios não investidos aumentou em 2021, assim como startups com menor grau de maturidade. Apenas 25% dos negócios informaram que receberam investimentos em 2021, ao passo que em 2020, essa proporção era de 31%. Negócios Idea e MVP aumentaram sua participação no total de startups inscritas. Entretanto, negócios Scale-Up aumentaram 1,6 p.p. em 2021.

Negócios que endereçam soluções para mitigar os impactos na empregabilidade e crescimento econômico se mantêm como os mais representativos também em 2021.

A ODS 8 (Trabalho Decente e Desenvolvimento Econômico) continuou como o objetivo mais representativo em ambos os anos. Quanto aos ODSs endereçados pelos negócios, houve uma mudança importante em relação a 2020. A ODS 11 (Sustainable Cities and Communities) passou a ser a segunda mais representativa em 2021, e a ODS 12 (Responsible Consumption and Production), que em 2020 foi apenas a quinta mais representativa, em 2021 passou a ser a terceira mais citada pelos negócios.

Negócios que atuam nos segmentos de Impacto Social e Educação estão mais presentes na edição de 2021.

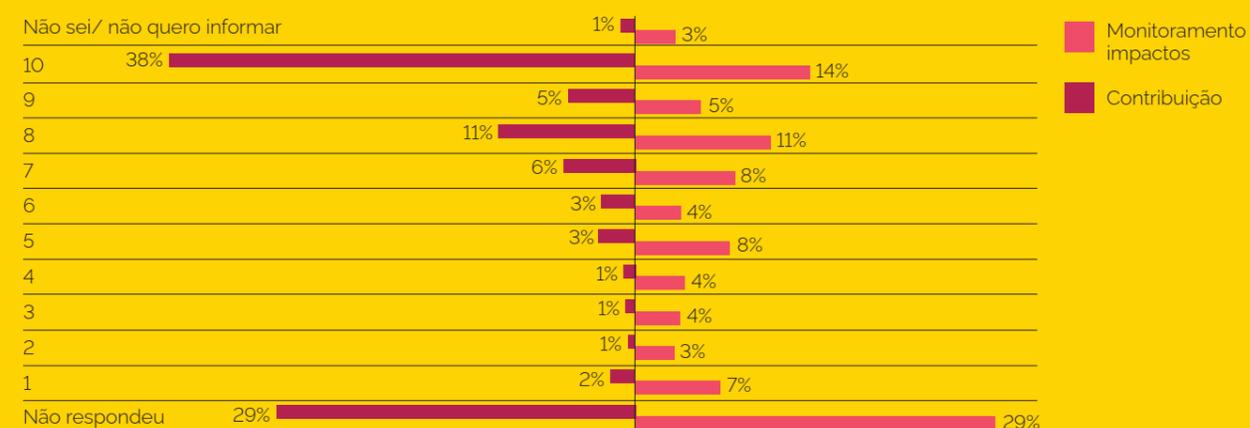
Na atual edição, negócios dos segmentos Social Impact, Education, Food & Beverage e Health & Wellness foram os setores mais representativos. Em 2020, os principais setores de atuação representados pelas startups respondentes foram Brand & Retail, Health & Wellness e Energy & Sustainability.



Oportunidades no monitoramento de impactos.

As startups foram convidadas pontuar, numa escala de 10 pontos, sua percepção acerca da contribuição do negócio para solucionar ou mitigar problemas sociais e/ou ambientais. Em seguida, a mesma escala foi utilizada para aferir a percepção das startups sobre o nível de monitoramento dos impactos gerados por suas soluções. A visualização comparativa entre as duas percepções está apresentada abaixo, e sugere que ainda existem desafios quanto à mensuração e acompanhamento dos impactos gerados pelas startups, observação que se manteve em relação ao ano de 2020. Enquanto cerca de 60% dos negócios consideram que possuem um nível de contribuição igual ou superior a 7, quando avaliado o nível de monitoramento, essa proporção cai para 39%, salientando a disparidade entre a contribuição e a aferição dessa contribuição.

Percepções sobre a contribuição e sobre o monitoramento do impacto



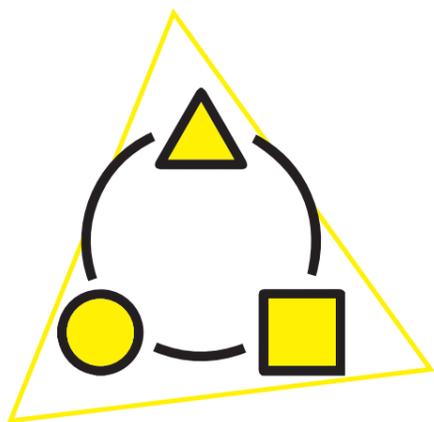
Comparativo dos principais indicadores entre 2020 e 2021

	2020	2021	DELTA
Países participantes	22	25	+ 3
Cadastros	509	555	+ 46
Cadastros completos	429	396	- 33
% Aproveitamento	84%	66%	- 18 pp
Negócios B2B e B2B2C	69%	66%	- 3 pp
Estágios (Scale + Traction)	55%	53%	- 2 pp
% negócios investidos	31%	25%	- 6 pp
Ano de fundação	63% com até 2 anos	62% com até 2 anos	- 1 pp
ODSs	8, 10 e 11	8, 11 e 12	-
Startups brasileiras	59%	55%	- 4 pp
Monetização (4+)	Fees per transaction, SaaS, Consulting e Sale of goods	SaaS, Fees per transaction, E-commerce e Signature	-

ETAPA 2

Dados e resultados

A seguir, os principais resultados da edição 2021.

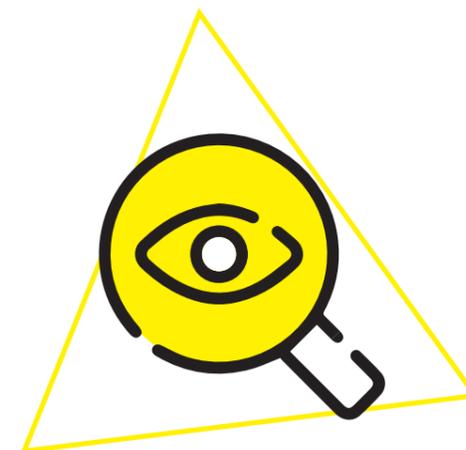
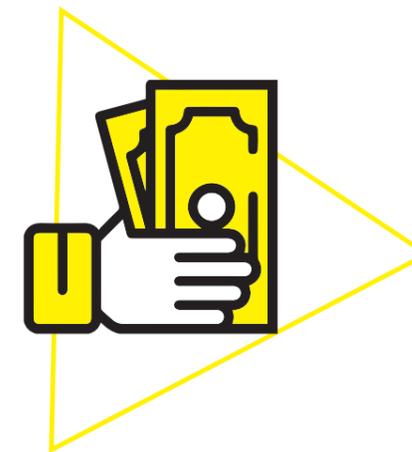


Diversidade entre modelos de negócios.

Embora o B2B permaneça como o modelo de negócio mais frequente na amostra analisada, percebe-se uma diferença temporal deste comportamento. Avaliando apenas as startups selecionadas para a etapa final de reconhecimento pelo selo, observa-se uma curva descendente da participação de negócios B2B conforme o ano de fundação das startups. Entre os negócios fundados até 2016, cerca de 52,9% eram negócios B2B, enquanto para negócios fundados a partir de 2017, a participação de startups B2B caiu para 38,7%. Essa queda pode refletir a entrada de novos modelos e maior representatividade de modelos já observados no cenário de startups de impacto nos últimos anos, gerando diversificação e amplitude de iniciativas que visam endereçar temas sensíveis da sociedade latina.

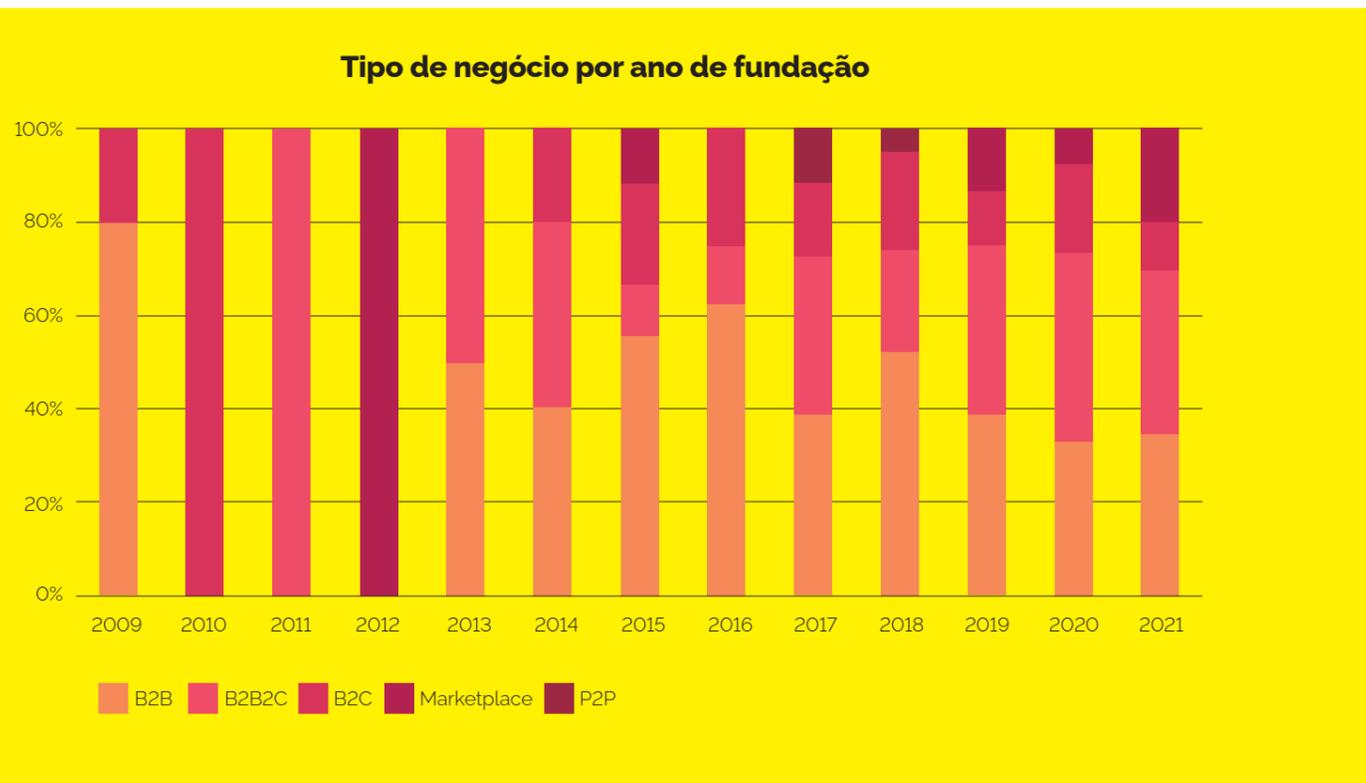
Os negócios B2B foram os mais frequentes, os mais investidos e os que mais faturaram em 2020.

Além de ser o modelo de negócio com maior representatividade entre os classificados para a etapa final, negócios B2B apresentam a maior taxa de investimentos (cerca de 41% foram investidos). A taxa é significativamente superior ao indicador observado na totalidade dos negócios participantes (25%), e ao menos 7 p.p. superior ao modelo de negócio com o segundo maior percentual de negócios investidos – negócios P2P, com 33,3% de startups investidas e B2B2C, com 32,2% de startups investidas. Quanto ao faturamento, pelo menos 72% dos negócios B2B informaram ter obtido receita no ano de 2020, sendo 22 p.p. na categoria acima de U\$5 100.000.



Boa notícia em relação aos investimentos na mensuração e monitoramento dos impactos.

Em 2021, os negócios foram convidados a informar se destinam parte de suas receitas para investir em atividades relacionadas ao monitoramento dos impactos sociais e/ou ambientais gerados. Cerca de 66% dos negócios selecionados para a etapa final de reconhecimento pelo selo informam destinar parte das receitas para medir impactos. Destacam-se entre os que mais afirmam investir nesse monitoramento:



Cerca de 66% dos negócios selecionados para a etapa final informam destinar parte das receitas para medir impactos.

- Negócios em estágio Traction**
67% de startups
- Startups cujo modelos de negócio são B2B**
74% dos negócios
- Startups investidas frente às não investidas**
73% dos negócios
- Setores Energia e Saúde e Bem-estar**
82% e 67% dos negócios

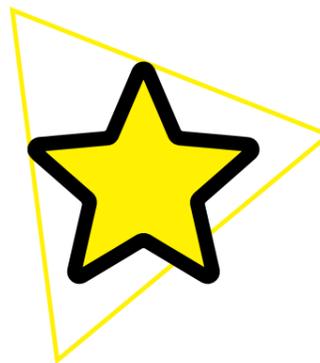
Neste ponto, destacam-se outros dois setores muito representativos na amostra, e que possuem menores proporções de negócios que investem em monitoramento de impactos: Impacto Social (65%) e Educação (53%), ambos percentuais abaixo da média observada entre as startups classificadas para a etapa final.

64% das startups informam ter logrado receita em 2020



Faturamento em meio ao contexto de impacto social.

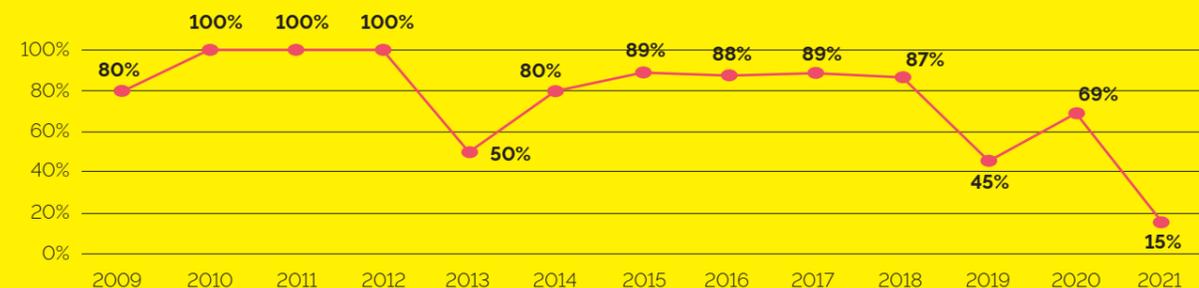
Entre os negócios classificados para a etapa final de reconhecimento pelo selo Impact, os negócios foram convidados a classificar o faturamento obtido no ano de 2020. De maneira geral, 64% das startups informam ter logrado receita no referido ano, sendo 43 p.p. receitas de até U\$S 50.000.



A influência do tempo de fundação na obtenção de renda pelas startups classificadas para a etapa final.

Observa-se pelo comportamento da curva obtida na correlação de receita versus ano de fundação da startup, uma associação entre o ano de fundação e a taxa de negócios fundados naquele ano que obtiveram receita em 2020, sendo que quanto mais recente o ano de fundação, menor a proporção de negócios com receitas no último ano. Entre os fundados em 2020, é possível verificar um percentual superior de negócios com receita em relação aos criados em relação aos fundados em 2019. Em uma análise preliminar, que deve ser aprofundada para obtenção de inferência estatística, sugere-se que o contexto da pandemia em 2020 parece ter acelerado a maturação de negócios e a consequente obtenção de receita no mesmo ano de sua criação.

Obtenção de Receita por Ano de Fundação



Startups em estágio Scale Up

84%

obtiveram receita em 2020, enquanto para negócios em tração esse percentual cai para 74%



Países mais representados

Brasil, Bolívia, Equador, El Salvador, Nicarágua, Panamá, Peru, Estados Unidos e Venezuela foram países representados por mais negócios com faturamento em 2020 frente à média dos negócios classificados;



Setores de maior representatividade

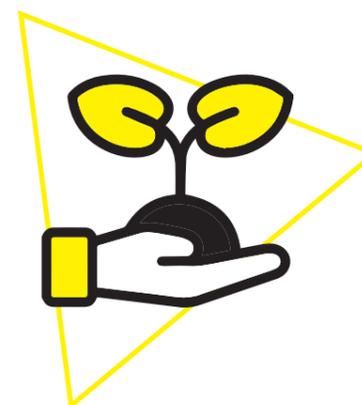
87%

das startups do setor de Educação auferiram receita no último ano.



Na contramão

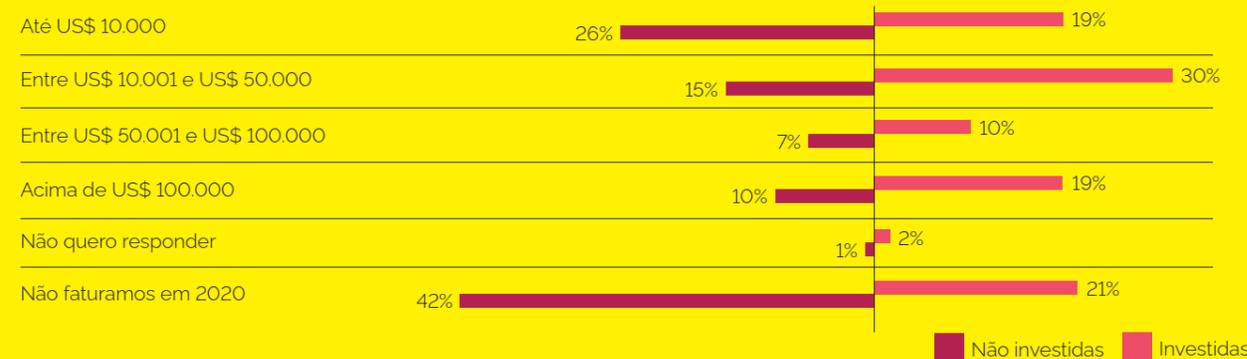
Os setores de Impacto Social (50%), Bem-estar (50%) e Energia (59%) apresentaram desempenho abaixo da média entre os negócios classificados para a etapa final



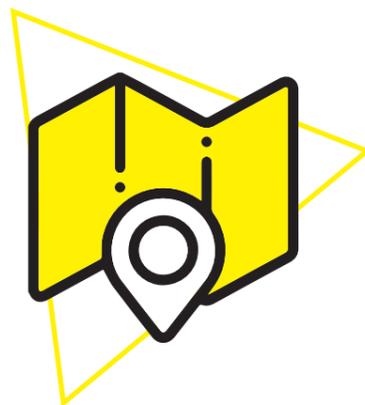
Investimento e faturamento dos negócios de impacto social e/ou ambiental.

Considerando o conjunto de negócios classificados para a etapa final de reconhecimento pelo selo Impact, observa-se uma associação importante entre a obtenção de receitas no ano de 2020 e a condição de investimento dos negócios. Mais de 77% dos negócios investidos auferiram receitas no último ano, enquanto entre os não investidos, essa taxa é de 57%. Além disso, é possível observar no gráfico abaixo que as receitas obtidas por negócios não investidos se concentram em faixas menores, enquanto para startups com investimentos recebidos, já é possível observar faixas superiores de faturamento.

Faturamento versus Investimento



**A ODS 8
(Trabalho Decente
e Desenvolvimento
Econômico) se
manteve presente
e representativo**



Cenário Regional das startups de impacto social e/ou ambiental.

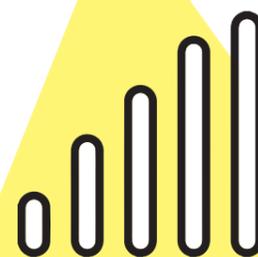
Tendo em vista o recorte de negócios classificados para a etapa final de análise para reconhecimento do selo Impact, observam-se diferenças interessantes em relação a algumas variáveis do ecossistema. É possível verificar que diferentes ODSs possuem soluções endereçadas pelos negócios, a depender da região geográfica. Contudo, a ODS 8 - Trabalho Decente e Desenvolvimento Econômico – se manteve presente e representativa em todas as regiões representadas, com exceção do Brasil. Os principais setores de atuação também seguem diferentes tendências. Entre os indicadores, destacam-se a baixa proporção de negócios investidos na América Central, e o desempenho da América do Sul no quesito negócios que dedicam parte de sua receita para mensurar os impactos gerados.

Região	Principais ODS	% Negócios Investidos	% Negócios com receita	Principais Setores	% Negócios com receita para medir impacto
Brasil	11 e 9	35%	66%	Social Impact Energy & Sustainability	68%
América do Sul (exceto Brasil)	8 e 12	35%	62%	Education New Materials	53%
América Central	3, 5, 8 e 17	14%	57%	Social Impact Covid-19, Adversiting, Food/Beverage	57%
América do Norte/Austrália	8 e 13	33%	60%	Fintech Environment	80%
Total	8 e 11	34%	64%	Social Impact Energy & Sustainability	66%

ETAPA FINAL

Dados e resultados

A seguir, apresentamos o perfil resumido do grupo de 78 negócios reconhecidos pelo selo Impact 2021.



Entre as startups que serão reconhecidas, cerca de 77% vivenciam estágios mais avançados de desenvolvimento e maturidade de suas soluções (Traction e Scale Up); o resultado de 2021 é 3 p.p. menor em relação ao ano de 2020, o que pode indicar que negócios em estágio de desenvolvimento (MVP) também tem realizado esforços no sentido de medir e evidenciar seus impactos sociais e ou ambientais.

Mais países representados entre os negócios reconhecidos.

Doze países, entre os 25 participantes da Edição 2021, possuem startups reconhecidas neste ano, três a mais em relação ao ano de 2020. O destaque entre os países foi o Brasil, com 59 negócios reconhecidos. Peru e México levaram três negócios ao reconhecimento, e Argentina, Colômbia e Equador tiveram duas startups reconhecidas, cada.



Novos negócios com maior representatividade entre as reconhecidas.

Em 2021, mais da metade (51%) dos negócios reconhecidos são jovens empreendimentos, com até 2 anos de fundação. Em 2020, esse percentual foi de 43%. Cerca de 20% dos reconhecidos em 2021 foram fundados entre 2009 e 2016.

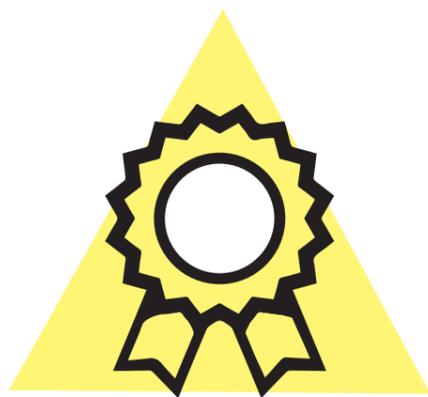
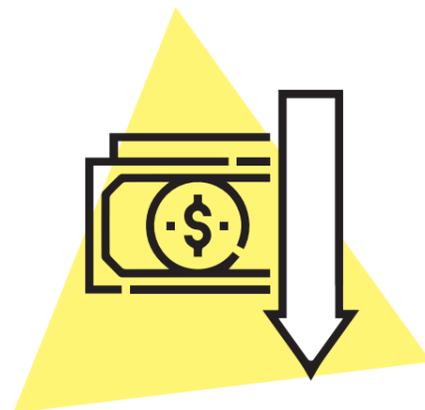




Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12), Cidades e Comunidades Sustentáveis (ODS 11), Indústria, Inovação e Infraestrutura (ODS 9), e Ação Contra a Mudança Global do Clima (ODS 13) são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável mais aderentes ao endereçamento de soluções pelos negócios reconhecidos, e representam grandes desafios para o avanço e crescimento sustentável da América Latina. Ressalta-se que o ODS 13 se apresentou entre os mais significativos desde o início do monitoramento, o que pode se constituir numa tendência recente de endereçamento de soluções pelas startups da América Latina.

Menos da metade das startups reconhecidas receberam algum investimento.

Cerca de 41% reconhecidas já foram investidas em algum momento do desenvolvimento do negócio na edição de 2021. Em relação à edição anterior, essa proporção caiu 5 p.p.



Startups com selo impact renovado. Dos negócios reconhecidos em 2020 e que participaram da edição de 2021, 14 foram selecionados para a etapa final de análise na edição 2021. Dentre eles, 12 obtiveram novamente o reconhecimento. Aquelas startups não reconhecidas tiveram redução da nota média de indicação ao selo em 2021.

Finalmente, um comparativo ou quadro resumo entre as principais características dos negócios reconhecidos das edições de 2020 e 2021.

ETAPA	Selo Impact 2020	Selo Impact 2021
Número de startups participantes	509	555
Número Startups reconhecidas	65	78
Proporção de reconhecimento (reconhecidas por participantes)	12,8%	14,1%
Estágio Maturidade (% traction + scale-up)	80%	77%
Países representados	9	12
ODSs mais representativas	10, 11 e 8	12, 11, 9 e 13
Anos de fundação (média)	3 anos e 1 mês	3 anos e 1 mês
% startups que receberam investimentos	46%	41%

Autores do relatório resumo:

Material elaborado e de responsabilidade da equipe de professores e pesquisadores da FDC, liderada pelo professor titular Dr. Fabian Salum. A metodologia usada é proprietária do Centro de Referência em Estratégia pertencente ao Núcleo de Estratégia da FDC – Fundação Dom Cabral.

Startups qualificadas e os ODS



Avaliadores

Avaliadores da edição de 2021



Adriana Barbosa
Fundadora
Feira Preta



Adriana Lagrotta Leles
Vice Chair
Stakeholder Council
Global Reporting
Initiative Brazil

Amanda Andreone
Investidora-Anjo
e Co-Líder do
Grupo SMART de
Diversidade e ESG
BR Angels



**Ana Paula
Franco Calvillo**
Lead de Impacto
Comercial e Social
Jüsto



**André Medina
da Fonseca**
Gerente de Inovação
Andrade Gutierrez
S.A.



**Andrea Rodriguez
Valdez**
Fundadora
PropTech Latam
Summit

Carlos de Barros
Head Dasa Diagnostics,
Dasa Outpatient
and Dasa Empresas
Dasa



Carlos Pignatari
South America Head
of Social Impact
Ambev

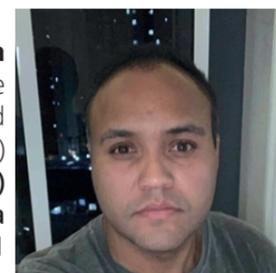


**Carlos Augusto
Zambrano Sequera**
Senior Associate
Investment Advisor -
Wealth Management
Credicorp Capital

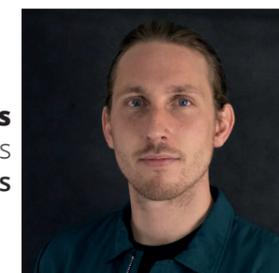


**Carolina Marinho
do Vale Duarte**
Diretora Executiva
Mercantil do Brasil

César Silva
Head of Supply Finance
(Brazil, Paraguay and
Uruguay)
Johnnie Walker (Diageo)
- empresa mantenedora
do ilmpact em 2021



Charlie Travers
Head of Investments
Angel Ventures





Christiano Rohlfs Coelho
Head de Sustentabilidade Empresarial Inter



Daniel Balaban
Diretor e Representante World Food Program (WFP) of United Nations in Brazil



Éricka Menegaz
Gerente Corporativa de Inovação Usiminas



Fabian Gil
Investor and Former President Dow

Daniel Maranhão
Country Managing Partner e CEO Grant Thornton Brasil - empresa mantenedora do ilmpact em 2021



Daniela Bermeo
Founder and CEO Bengala Advisors



Fabian Salum
Professor Titular Fundação Dom Cabral Líder do Projeto de Pesquisa e Metodologia do ilmpact



Felipe Zito Romera
Gerente de Sustentabilidade Grupo Sequoia



Daniele Barreto e Silva
Líder de Sustentabilidade Grant Thornton Brasil - empresa mantenedora do ilmpact em 2021



Danilo Nascimento
Diretor Ecoparking



Gabriel Aramouni
Professor Associado Fundação Dom Cabral do Brasil para a Argentina e o Uruguai



Guilherme W. Syrakis
Diretor Executivo Centro Brasil no Clima

Davi Strazza
Presidente para a América Latina Adyen



Diego Garaycochea
Chairman of the Board Culqi



Héctor Mario Rodríguez
Consultor Associado Evaluadora Latinoamericana



Hernan Acuña
Manager Enel Innovation Hub Chile Enel Chile



Edgard Carneiro Vieira
Policy Analyst and Engagement Specialist for International Trade and Investment World Economic Forum (Fórum Econômico Mundial)



Eduardo Atehortua
Head of Latam (except Brazil) Principles for Responsible Investment



Hugo Ernesto Amado
Latam Innovation and Digital Business Head Stefanini Group



Ivan Andres Galindo
Chiefe Business Development Office Digiware

Eduardo Belio
Consultant of Senior Management Innovation and New Business Development



Eduardo Fischer
CEO MRV



Janete Vaz
Fundadora e Sócia Grupo Sabin



João Pedro Brasileiro
CEO Innovation Latam - empresa responsável pelo ecossistema de startups do ilmpact





João Pedro Mola Massa
Growth & Data
Innovation Latam -
empresa responsável
pelo ecossistema de
startups do ilmpact



João Silvério
Partner
Grant Thornton Brasil -
empresa mantenedora
do ilmpact em 2021



Lilian Arzabe
CEO
ICR Systems and
Management

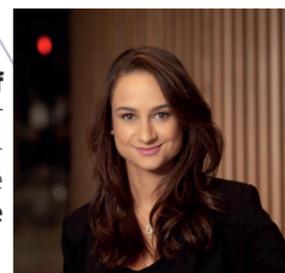


Luis Resende
Senior Manager
Salesforce

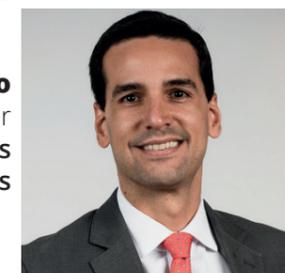
Jorge Arbache
Vice President for the
Private Sector
Development Bank of
Latin America (CAF)



Julia Rueff
Marketplace Senior
Director -
Head of Marketplace
Mercado Livre



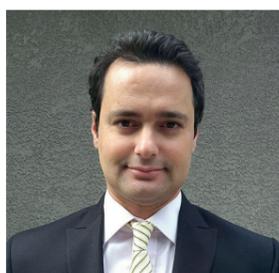
Marcel Daltro
Associate Lawyer
Nelson Wilians
Advogados



Marcelo Seraphim
Head of Brazil
Principles for
Responsible
Investment



Juliana Arango Uribe
Director of Social
Management
Sura Foundation



Juliano Alves Pinto
Chief International
Officer
Government of the
State of Minas Gerais

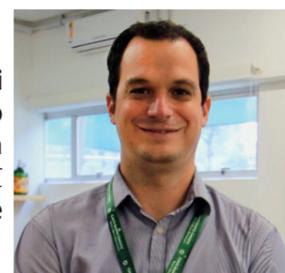


Marco Antonio Fujihara
Founder and Partner
EcoFix Securities S.A.



Marcus Gurgel
Director of Corporate
Ventures, Open
Innovation & Jet Skis
iFood

Julio Begali Carvalho
Head of Open
Innovation and CVC
Smartie



Karina Coleta
Professora Associada
Fundação Dom
Cabral
Líder de Pesquisa do
Projeto do ilmpact



Maria Jesus Baez
Senior Project Manager
at the Collaborating
Centre for Climate &
Sustainable Energy
Finance -Frankfurt
School



María Ruiz Sierra
Chiefe of Sustainable
Investment
Sura Foundation



Klaus Paz
Gestor de Inovação
Aegea Saneamento
S.A. - empresa
mantenedora do
Impact em 2021



Laura de Morais A. Coutinho
Gerente de
Comunidades
Innovation Latam -
empresa responsável
pelo ecossistema de
startups do ilmpact



Mariana Macoris
Innovation & Brand
Change Manager
Johnnie Walker
(Diageo) - empresa
mantenedora do
ilmpact em 2021



Mary Alejandra Ballesta Estrada
Global Innovation
& Digital Business
Director
Stefanini Brasil

Lauren Dallas
CEO e Fundadora
Future Females



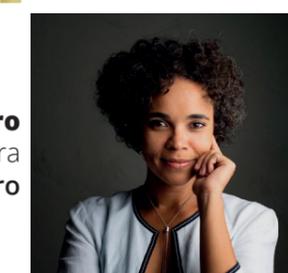
Liel Miranda
CEO
Mondelez



Mauricio Salvador
Presidente
Associação Brasileira de
Comércio Eletrônico



Mayra Castro
Fundadora
Mayra Castro.Pro





Miguel Chavarría
Director
The Carbon Trust
Mexico



Miryam Lazarte
CEO
Latam Startups



Rodrigo Perpétuo
Secretário Executivo
para a América Latina
ICLEI



Rogério Studart
Senior Fellow
WRI



Pedro Zannoni
CEO
Lacoste Brasil



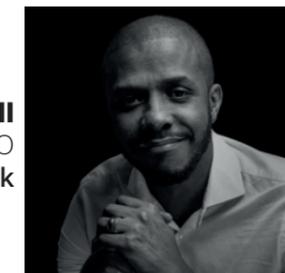
**Philippe Fauguet
Figueiredo**
Innovation Analyst
Sebrae



Sandra Boccia
Editora-Chefe
Editora Globo



Sérgio All
Fundador e CEO
Conta Black



Silvia Ohara
General Manager for
South America
Bertschi



Soffia Alarcon
Director for Latin America
IHS Markit



Rafael Guper
CEO
UJJI



Rafael Pinto
Founder and Director
Occasio International
Advisory Services



Renata Del Claro
Innovation Manager for
Brazil, Uruguay
and Paraguay
Johnnie Walker
(Diageo) - empresa
mantenedora do
iImpact em 2021



Renata Petrovic
Head of Inovabra
Habitat
Bradesco



Stefan Bogdan Salej
Conselheiro
FIESP



Susy Yoshimura
Diretora de
Sustentabilidade e
Compliance
Grupo Pão de Açúcar



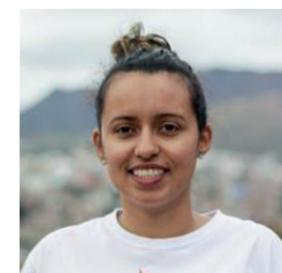
Renata Zanuto
Co-Head
Cubo



Renato Carvalho
CEO
Novartis Brasil



Tatiana Leon
Open Innovation
Director
Connect Bogotá



Tatiana Silva
CEO e Fundadora
FA.VELA



**Rodolfo
Oppenheimer**
Managing Partner
Insight Mentors



Rodolfo Roballos
Fundador
Rodolfo Roballos &
Associados SRL



Thiago Contage
CCO
Grupo Águas do Brasil



Vanessa Domene
Partner-Director
Lima Júnior, Domene e
Advogados Associados
Investor Angel
BR Angels





Victor M. González
CEO and Founder
Sperientia



Vítor Andrade
General Manager
Idexo



Yomayra Martínó Soto
Lead Consultant
GreEnergy Dominicana



**Zaima Mendes
Oliveira Milazzo**
Director and President
Brain



VISÃO DE EXECUTIVOS

Preenchendo a lacuna



Héctor Mario Rodríguez
CONSULTOR ASOCIADO |
EVALUADORA
LATINOAMERICANA S.A. –
AGENTE DE CALIFICACIÓN
DE RIESGOS

Vamos dar uma olhada em nosso cenário atual:

1. Muitos ativistas em todo o mundo tentam convencer empresas, governos e o público em geral acerca das enormes ameaças de que atitudes irrelevantes em relação aos desastres climáticos e sociais afetarão a todos nas próximas décadas.
2. Alguns funcionários do governo de diferentes países se reúnem para entregar um plano de ação na COP26.
3. Algumas grandes empresas estão conscientes de tais ameaças e começaram a agir em consequência disso.
4. A maioria das Pequenas e Médias Empresas latino-americanas e seus clientes e fornecedores negam ou nem mesmo têm conhecimento dos custos e perigos do comportamento negacionista.

Com tais ingredientes, é natural prever uma forte onda de serviços profissionais para funcionar como interface entre as necessidades de desenvolvimento das PMEs e os objetivos da ONU sobre problemas climáticos e sociais. Essas diferentes tarefas são uma enorme oportunidade para startups e novas empresas de serviços atenderem aos clientes e ajudarem o Planeta de uma forma geral.



É natural prever
uma forte onda
de **serviços
profissionais**

O aumento do capital ESG e a relação startup & empresa



Mayra Castro
CEO | INVESTAMAZÔNIA

Uma das grandes mudanças que me parece ocorrer atualmente é a movimentação do mundo dos capitais para com questões sócio-ambientais. O aumento de investimento ESG cresceu no Brasil dobrou em menos de um ano. Segundo a Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), em junho de 2020 esse setor somava R\$ 543,4 milhões.

Em janeiro de 2021, já ultrapassava R\$ 1 bilhão. Esse cenário impacta diretamente empresas e startups. As green techs, por exemplo, tendem a ganhar cada vez mais espaço e investimento. Até junho de 2021, essas startups captaram mais do que o dobro do total de investimento em 2020, cerca de US\$ 654,8 milhões.

Por fim, acredito também que a tendência é aumentar a quantidade de fusão e aquisição de startups por empresas, a fim de se posicionar e consolidar sobre questões ESG.



As green techs
tendem a
ganhar cada vez
mais **espaço e
investimento**

VISÃO DE EXECUTIVOS

União de força e agilidade



Daniel Maranhão
CEO |
GRANT THORNTON BRASIL

De um lado, organizações consolidadas; de outro, empresas com alto potencial de inovação e de adaptação.

Com conhecimento tecnológico, conexão com propósito e soluções leves e acessíveis financeiramente, as ESG Enablers - startups com soluções em ESG, abrem caminho e atalhos estratégicos para soluções caras e complexas, relacionadas a problemas sociais e ambientais concretos, e são poderosas aliadas na implementação de práticas ESG.

No Brasil temos um grande potencial para o setor de startups, não por acaso o setor recebeu mais de US\$ 1 bilhão de investimento na última década. No entanto, é preciso criar uma sinergia entre os players já atuantes no mercado. As parcerias estratégicas podem acontecer em diversos cenários, e as trocas possibilitam suporte na implementação de soluções eficientes, ágeis e com menor custo, que podem viabilizar modernização de processos, serviços e produtos.

A Grant Thornton, com o GT HUB apoia a consolidação e desenvolvimento de startups que geram impacto positivo, e com isso visamos colaborar para o avanço das metas globais, incluindo os 17 ODS da ONU."

Transformar, colaborar e inovar



Renato Carvalho
PRESIDENTE |
NOVARTIS BRASIL

O avanço da tecnologia sempre foi determinante para os processos de inovação em diferentes indústrias e principalmente na saúde, com altos investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos. Agora, vejo uma tendência dessa inovação alcançar novos espaços para além da medicina, buscando soluções com impactos positivos para a sociedade.

Para implementar a inovação, colaboração é a palavra-chave: precisamos alinhar a nossa experiência científica com a expertise de inovadores digitais. É o que fazemos por meio da Biome, o hub de inovação da Novartis, que em parceria com startups cria projetos que adotam em grande escala tecnologias, como inteligência artificial e sensoriamento remoto, para alcançar resultados importantes para pacientes, prescritores, a própria indústria e toda comunidade.

Para ser um agente transformador é preciso usar toda forma de inovação a favor das questões socioambientais. E a colaboração entre empresas e startups é fundamental para gerar o impacto positivo necessário para que as pessoas vivam mais e melhor.



No Brasil,
temos um
grande potencial
para o setor
de startups



Para
implementar
a inovação,
colaboração é
a palavra-chave

VISÃO DE EXECUTIVOS

Startups deveriam se tornar mais sustentáveis em 2021



Lilian M. Arzabe
CEO |
SYSTEMS AND
MANAGEMENT

Sustentabilidade não é apenas uma palavra da moda ou uma tendência que se viralizou. Os investimentos globais sustentáveis estão ultrapassando US\$ 30 trilhões. É uma verdadeira revolução na forma como as empresas se comportam e como os consumidores consomem.

Muitas *startups* agora incluem sustentabilidade, tanto ambiental quanto socioeconômica, como parte suas principais competências. Elas fazem da sustentabilidade parte da sua missão para lembrar às suas equipes do que a empresa representa, para manter o negócio no caminho certo, e comunicar aos clientes o impacto positivo que causarão.

Embora as *startups* e as corporações possam experimentar uma correlação positiva entre negócios financeiramente sólidos e sustentabilidade, tornar-se verde não garante bons negócios. Nos estágios iniciais do desenvolvimento de novas tecnologias, mercados e negócios, as opções sustentáveis costumam ser mais caras do que as alternativas. Então, qual é a maneira certa de se fazer sistemas mais sustentáveis?

A DEMANDA DO CONSUMIDOR POR SUSTENTABILIDADE É GENUÍNA

As pessoas e os mercados globais realmente se preocupam com as empresas com as quais se relacionam. Quase dois terços dos consumidores globais preferem comprar de marcas que se alinham com os seus valores. A sustentabilidade se tornou uma prioridade para muitos no mundo. Portanto, as empresas não podem se dar ao luxo de ignorar a sustentabilidade, prejudicando o relacionamento com os seus clientes.

Os consumidores também sabem quando as empresas não se importam. As empresas que se dedicam ao *"greenwashing"* - a prática de parecer sustentável, sem o ser - não podem enganar os clientes por muito tempo. O acesso à informação é fácil, e a informação se espalha nas redes sociais, especialmente quando se relaciona à hipocrisia de uma marca. Um esforço genuíno em direção a práticas sustentáveis é a única maneira de garantir a aceitação deste público.

TUDO SE RESUME AOS NÚMEROS

As empresas devem encontrar maneiras de a sustentabilidade funcionar sem sacrificar os seus resultados financeiros. O que pode parecer impossível, mas muitas *startups* já provaram que não. Para muitas empresas, soluções ambientalmente e socioeconômicas sólidas podem impulsionar a marca e criar uma posição que *as startups* podem usar para conquistar novos públicos (sejam clientes ou talentos).

Escritórios verdes são um bom exemplo, o investimento inicial para construir ou reformá-lo, pode ser maior do que a alternativa, mas pode vir a ser um melhor caso de negócios a longo prazo.

As *startups* também devem pensar em alternativas para as escolhas, ao invés de apenas tornar as escolhas mais sustentáveis. Por exemplo, você pode financiar o seu próximo negócio usando ferramentas financeiras, como títulos verdes ou empréstimos vinculados à sustentabilidade? Você pode olhar para as concessionárias de serviços públicos ou para o estado para opções financeiras mais sustentáveis? Ao adotar essa abordagem, você pode ver onde a sua empresa e os seus produtos ou serviços se encaixam no ecossistema de participantes que têm um incentivo para ajudá-los a se tornar verde. Você também pode avaliar se há problemas na cadeia de valor que as soluções verdes podem ajudar e você pode até mesmo ser capaz de ajudar seus clientes a resolver problemas olhando através de uma lente de sustentabilidade.

As oportunidades disponíveis só continuarão a aumentar na medida em que os consumidores e os clientes exigirem mudanças, e os nossos governos continuarem a definir metas climáticas ambiciosas. Este é o momento de parar de se apegar às velhas práticas, e abraçar o novo. Entenda o que os clientes desejam, quantifique o quanto eles estão dispostos a pagar, e crie soluções com uma missão que tanto ecoe junto ao público, como direcione as metas de receita e estimule uma transformação para uma sociedade mais sustentável.

Este é o momento de parar de se apegar às velhas práticas, e abraçar o novo



VISÃO DE EXECUTIVOS

Inovação e ESG andam lado a lado



Liel Miranda
CEO |
MONDELEZ

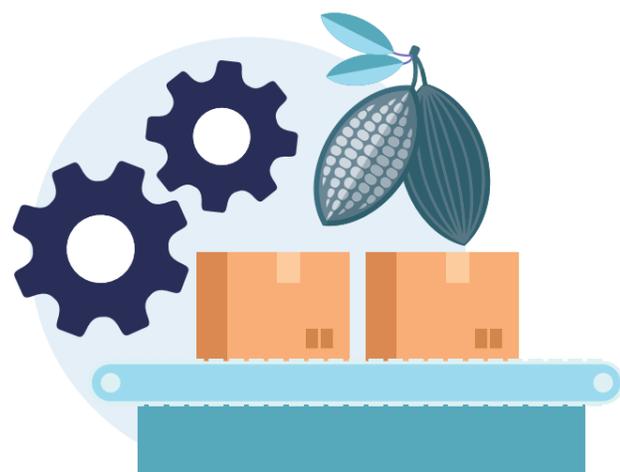
O processo de transformação dos negócios ganhou aliados fundamentais com a chegada das startups, consolidando o ecossistema de inovação, e formando uma nova mentalidade de negócios para todas as empresas, clientes e consumidores.

Para avançar, empresas devem traçar estratégias ágeis e colaborativas – o que só é possível com inovação focada em todos os stakeholders: colaboradores, clientes, consumidores, meio ambiente, social e governança.

Na Mondelez International temos o DNA de fazer o snack certo do jeito certo, com compromissos claros em ESG, e por isso investimos em soluções smartechs para gestão de resíduos e redução de perdas da cadeia.

Também estamos com desafios abertos para startups agritechs, com o objetivo de encontrar soluções inovadoras de boas práticas e técnicas de manejo na cadeia de cacau, para melhorar e aumentar a produtividade de forma sustentável, garantindo: qualidade do fruto, sustentabilidade do plantio e reflorestamento de áreas degradadas.

O ecossistema de startups tem um papel fundamental neste processo e, por isso, temos parcerias com aceleradoras como Liga Venture, Distrito e All4Food, buscando soluções aliadas ao nosso propósito e objetivos de ESG.



**Para avançar,
empresas
devem traçar
estratégias ágeis
e colaborativas**

O papel da inovação no ESG



Zaima Milazzo
PRESIDENTE |
BRAIN – CENTRO DE
INOVAÇÃO DA ALGAR

ESG vem ganhando cada vez mais força dentro das empresas. E é um tema que não pode ficar de fora na pauta de startups e hubs de inovação.

O mundo vem sendo impactado por diversas variáveis econômicas, culturais e sociais que mostraram que uma nova possibilidade de consumo, mais inteligente, precisava vir à tona. A escassez de recursos naturais, as mudanças climáticas e o crescimento populacional são alguns exemplos de fatores que estão nos obrigando a mudar de direção.

Essas temáticas precisam vir cada vez mais para o centro das estratégias de inovação. É preciso fomentar e provocar os empreendedores no desenvolvimento de iniciativas que atacam diretamente as dores das corporações para acelerarmos a agenda ESG no país. Uma outra maneira de criar uma conexão entre a agenda ESG e inovação são ações de inovação aberta na busca por soluções que auxiliem empresas a minimizarem impactos socioambientais.

Temos que considerar os desafios como oportunidade e sermos otimistas com as tendências que o mercado nos apresenta. Para se adaptar às mudanças e ao que se espera de nós, é preciso estar à frente de modelos tradicionais e aliados à tecnologia.*



**Temos que
considerar os
desafios como
oportunidade**

VISÃO DE EXECUTIVOS

Inovação na sustentabilidade



Renata Zanuto
CO-HEAD |
CUBO ITAÚ

Inovação e sustentabilidade, dois termos que estão cada vez mais presentes no cotidiano das companhias, independentemente de seu porte. E é possível juntá-los para fazer a inovação trabalhar em prol da sustentabilidade? Com certeza!

Para começar uma conversa sobre inovação sustentável, precisamos entender um pouco sobre o conceito de sustentabilidade, que consiste em promover iniciativas que atendem uma demanda do presente sem comprometer o futuro. Dentro disso, temos três principais frentes: meio ambiente, impacto social e economia. Isso significa que prezamos pelo meio ambiente, bem-estar social e ganho econômico, sem deixar nenhum para trás.

Quando atrelamos a tecnologia a isso, acessamos um universo de startups que desenvolvem soluções mantendo esses 3 pilares, sem sobreposição da econômica.

Em resumo, o ecossistema de inovação oferece infinitas oportunidades para que empresas e startups se mantenham próximas em uma cadeia de geração de negócios, ganho de eficiência e sustentabilidade a longo prazo. Inovação sustentável é ter em mente a resolução de um problema real, do dia a dia, com um impacto positivo para a sociedade e meio ambiente com auxílio da tecnologia.



O ecossistema de inovação oferece **infinitas oportunidades**

Crescendo do "ótimo para o excelente"



Miguel Chavarria
DIRETOR |
THE CARBON TRUST -
MÉXICO

Independentemente se você aspira se tornar a próxima corporação gigante do Vale do Silício, ou ser uma ótima empresa focada no desenvolvimento de uma comunidade local, os fundamentos para se crescer de forma sustentável são sempre os mesmos.

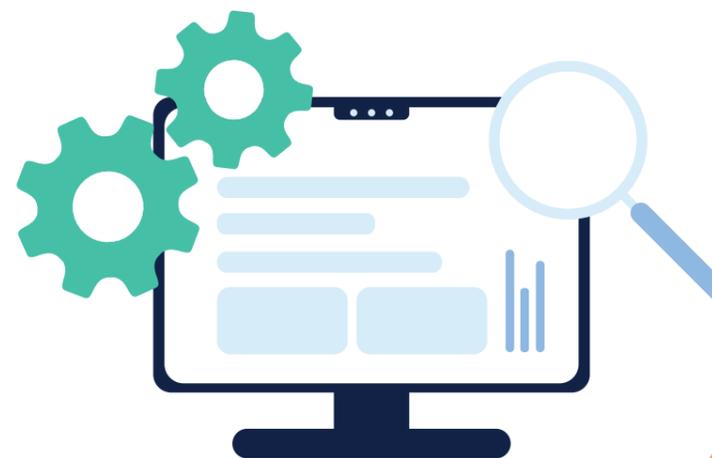
O fator comum a todas as organizações é a busca contínua por eficiência no uso dos recursos, que é baseada principalmente na redução dos seus custos. Isto deve ser acessível a todas as organizações, e você não precisa reformar todo o edifício, mas, sim, fazer escolhas conscientes que também sejam financeiramente viáveis.

Embora seja natural considerar que qualquer negócio deve contar com um sistema para fiscalizar a administração do negócio, as pessoas tendem a esquecer que, com o crescimento desejado, surgirão novas necessidades de informações.

Portanto, é fundamental contar com um sistema de dados que seja o mais simples possível, mas que ao mesmo tempo considere outros aspectos importantes, além dos custos de bens e serviços.

Por fim, divulgar os avanços alcançados em relação aos diversos aspectos ambientais é tão importante quanto reconhecer que ainda há áreas a serem tratadas.

Portanto, ouse crescer do "ótimo para o excelente", sempre tendo em mente os fundamentos.



Fundamental contar com um sistema de dados que seja **o mais simples possível**

Cases das empresas

Ecossistema de impacto reforça cultura da inovação

Responsabilidade ambiental e inovação são valores destacados no relacionamento com as startups



Principais ODS



Projetos ativos com startups
10



Principal projeto de Sustentabilidade

Infra Inteligente: gestão de ativos que utiliza, drones, BIM, modelagem 3d e realidade aumentada para otimizar a gestão dos ativos do saneamento.

Responsabilidade ambiental e inovação são dois conceitos super atuais mas na Aegea Saneamento eles regem as ações há anos.

Embora o uso da sigla ESG seja relativamente novo entre as companhias brasileiras, o conceito é um velho conhecido da empresa. A atenção fica especialmente no “E”, de Environmental, já que o saneamento está intrinsecamente atrelado à preservação ambiental.

No que tange à inovação, a Aegea tem em seu DNA o interesse pelo ecossistema e por isso desde 2013 vem se relacionando com startups. Graças ao avanço da governança e cultura de inovação na companhia, no entanto, o tema hoje é tratado como prioritário na busca por soluções para trazer mais eficiência ao saneamento.

Presente em programas de aceleração de startups e associações, a cultura de inovação da empresa foi especialmente reforçada em 2021, quando se tornou mantenedora do Selo ilmpact e criou o Hub Aegea, em parceria com o Innovation Latam.

“Após a primeira edição do ilmpact, estamos mais orientados em atuar com startups que atuam nas ODS da ONU. Nesse caminho, podemos destacar o relacionamento com a startup Spectral, que foi contratada por duas unidades”, exemplifica XX.

Uma das iniciativas de destaque na empresa é o programa Infra Inteligente. Desenvolvido em parceria com várias empresas, entre elas a startup XRproj, o projeto otimiza a gestão dos ativos do saneamento.

Atualmente, mais de 50 mil ativos físicos operacionais de saneamento já foram identificados, verificados e digitalizados em mais de 100 municípios do país.

50 MIL
ativos físicos operacionais de saneamento já foram identificados

Inter tem startups como investimento estratégico

Em busca de um mercado mais justo e inclusivo, empresa promove a inovação em conjunto com outros players

inter

Principais ODS



Projetos ativos com startups

FUNDADORA E MANTENEDORA DO ÓRBI CONECTA
5 AQUISIÇÕES ESTRATÉGICAS



Principal projeto de Sustentabilidade

Integração FASG (Financeiro, Ambiental, Social e Governança) - consiste na integração da Materialidade e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), direcionadores da Estratégia ESG, nos processos, projetos e produtos de diversas áreas. Através dele, é possível identificar e minimizar riscos, além de aproveitar oportunidades relativas ao modelo de negócio sob a ótica dos Stakeholders.

No Inter, simplificar a vida das pessoas é um propósito. Para isso, o contato com outros players na busca por soluções mais justas e inclusivas é uma prática recorrente.

Com a inovação presente na rotina da empresa sob todas as óticas, e com o objetivo de fortalecer essa estratégia, o relacionamento com startups se tornou peça-chave.

No último ano, graças ao crescimento da equipe de M&A, a atuação nessa frente se expandiu. A empresa já realizou a compra de participação societária em quatro startups: Granito, Meu Acerto, Duo Gourmet, IM Designs. Mais recentemente foi a vez da fintech americana USEND, que permitirá a expansão global do Inter.

As aquisições reforçam seu papel como investidora estratégica e não somente como investidora financeira, que visa o lucro após a venda da startup.

Com um modelo de negócio simples, inclusivo e guiado por um propósito, o Inter é uma empresa de impacto e acredita que todas as startups com que se relaciona geram impacto em algum nível. Por isso, o time vê iniciativas como o Selo Impact como uma oportunidade para expandir o conhecimento sobre o seu modelo de negócio.

O histórico de relacionamento do Inter com startups começou em 2017, com a fundação do Órbi, em parceria com a MRV e Localiza. A iniciativa, que conecta startups com grandes empresas, já realizou neste ano 150 conexões.

Para expandir esse impacto de forma direcionada para a sociedade, em 2021, em parceria com o Órbi, o Inter ofereceu também mais de 40 mil bolsas de estudo em tecnologia através do programa Tech Boost. Um dos objetivos foi a potencial contratação de novos colaboradores.

40 MIL
bolsas de estudo em tecnologia oferecidas através do programa Tech Boost

ICLEI América do Sul apoia startups para criação de cidades verdes

Programa de aceleração fomenta iniciativas que visam ao desenvolvimento sustentável



Governos Locais pela Sustentabilidade

Principais ODS



Principal projeto de Sustentabilidade

ICLEI Innovation: em 2020, o programa selecionou startups, produtos, serviços e processos inovadores no segmento de arborização ou de áreas verdes urbanas, com a finalidade de fortalecer a gestão e a sustentabilidade das cidades, promovendo espaços verdes, soluções baseadas na natureza.

Com as startups ganhando cada vez mais espaço no mercado ao oferecer soluções inovadoras em diversas áreas, em 2020, o ICLEI América do Sul lançou o ICLEI Innovation. O intuito foi fomentar startups de impacto que ofereçam soluções para que as cidades avancem rumo a um modelo de desenvolvimento mais sustentável, gerando empregos verdes e renda, atraindo investimentos e, ao mesmo tempo, contribuindo para solucionar os desafios contemporâneos dos municípios.

O programa foi a estreia da Rede de cidades no relacionamento com startups e representa importante ação de impacto em termos de boas práticas alinhadas aos ODS da ONU e negócios ESG.

No primeiro ciclo, foram 57 startups inscritas. Tendo como prioridade a geração de resultados mensuráveis, 20 delas foram eleitas para realizar entrevistas por vídeo; 11 iniciaram o programa de aceleração e cinco foram selecionadas para o demo day.

O maior desafio do projeto foi promover a atuação de startups de acordo com a realidade administrativa, técnica e jurídica de cada cidade. A pandemia do Covid-19 também exigiu que o ICLEI Innovation se adaptasse à nova realidade, transformando as atividades em um programa de aceleração 100% online.

No entanto, ao concluir o primeiro ciclo, a experiência aponta para um balanço positivo. "As oito startups aceleradas são exemplo de que é possível desenvolver soluções com potencial de mercado para fomentar a sustentabilidade local", observa Rodrigo Perpétuo, Secretário-Executivo do ICLEI América do Sul.

Para 2022, a expectativa é que, a partir das mentorias, as startups possam atuar em complementação ao ciclo de ações estabelecidas na Jornada para uma Cidade Verde, do ICLEI América do Sul, e consigam desenvolver projetos sustentáveis nos municípios.

fomentar
startups de impacto que ofereçam soluções rumo a um modelo mais sustentável

Projetos sociais ganham força com startups

Mantenedora do ilmpact colhe frutos após intensificar o relacionamento com o ecossistema



Principais ODS



Se em 2020 Johnnie Walker planejava ampliar suas atuações de impacto positivo para construir um futuro melhor, o balanço de 2021 mostra que os projetos estão tomando cada vez mais forma.

A principal mudança é que, se até o ano passado a empresa se preocupava em criar projetos de cunho social sem se relacionar com startups, hoje tem mais de dez iniciativas desse perfil em movimento.

Tudo começou quando Johnnie Walker se tornou uma das mantenedoras do selo ilmpact. Graças à parceria, a marca bicentenária vem se aproximando do ecossistema de impacto e acelerando as atualizações.

A principal alteração na mudança no perfil das parcerias está no mindset e engajamento dos times. "A aproximação com o ilmpact possibilitou que criássemos juntos novas possibilidades de inovação em toda a cadeia", explica o head de marketing de Johnnie Walker, João Victor Guedes. "A forma lúdica como o time de Johnnie Walker apresentou as startups aos executivos de toda companhia despertou um genuíno interesse por inovações na cadeia, considerando startups como parceiras para realizá-las", exemplifica.

Colocando-se como clientes dessas startups, a empresa visa fomentar e testar seus modelos de negócio, além de criar pontes concretas com a nova economia.

A expectativa para os próximos anos é manter os investimentos e ampliá-los, a partir dos resultados obtidos. "É possível fazer diferente. É importante agirmos diferente para concretizarmos as mudanças necessárias no mundo", finaliza o head de marketing

Integração de aspectos ESG à estratégia é essencial para melhorar os índices

Grant Thornton aposta em projetos que colaboram para a redução de desigualdades sociais e riscos ambientais



Principais ODS



Principal projeto de Sustentabilidade

Programa de Diversidade - tem como missão priorizar e promover ainda mais respeito, conscientização, acolhimento e valorização à diversidade. Cada pilar (Inclusão socioeconômica de Pessoas com Deficiência; Universo LGBTQIAP+; Raça e Etnia; Equidade de Gênero; Diversidade Geracional) e seu respectivo comitê, formado de forma voluntária, tem o objetivo de promover ações e medidas que visem prevenir e enfrentar todas as formas de desigualdade contra os grupos vulneráveis, minorizados e sub-representados, e expandir a prática dentro da empresa.

Há uma tendência mundial de se considerar os aspectos ESG na tomada de decisão em grandes empresas, não apenas por se tratar de temas importantes para uma região, mas porque essa se tornou também uma condição para investir ou consumir de determinada empresa.

A preocupação já é fortemente difundida em algumas partes do mundo, mas, no Brasil, o movimento ainda engatinha. Uma recente pesquisa realizada pela Grant Thornton, em parceria com a XP Inc. e a Fundação Dom Cabral, com empresas de capital aberto, apurou que 75% dos participantes consideram a agenda ESG prioridade, mas apenas 14% levam em conta esses aspectos na tomada de decisões. A boa notícia é que 86% dos entrevistados concordam que a organização poderá sofrer impacto negativo no futuro, caso não adote uma gestão que leve em consideração essas questões.

Preocupada em auxiliar na prática a expansão das práticas ESG, pelo segundo ano consecutivo a Grant Thornton Brasil é uma das empresas patrocinadoras do Selo ilmpact, compondo ainda o programa de mentoria do projeto. "Sabemos que para realmente gerar impacto na sociedade não basta autodeclarar a intenção de promover a sustentabilidade. Por isso, apoiamos iniciativas que comprovam com evidências concretas a sua contribuição social, como o selo ilmpact, que abre oportunidades para startups", justifica Daniel Maranhão, CEO da Grant Thornton Brasil.

A ação está em linha com as iniciativas da empresa de auditoria e consultoria, que anunciou no ano passado sua adesão aos princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).



Projetos ativos com startups
10



Principal projeto de Sustentabilidade

Em parceria com a startup Women Friendly, tem treinado bares e restaurantes em todo o Brasil para fazer desses locais ambientes mais seguros para as mulheres.

principal
alteração na mudança no perfil das parcerias está no mindset dos times

75%
dos participantes consideram a agenda ESG prioridade

Cases de startups

MOMLANCERS



Plataforma conecta mães profissionais com empresas que buscam talentos

ODS



Principais resultados



Mais de 200 mães ligadas aos projetos



50 mães trabalhadoras orientadas durante a transição da licença-maternidade para o retorno ao trabalho



8.500 mães cadastradas que recebem oportunidades de trabalho e dicas profissionais

Recolocar mulheres que se tornaram mães no mercado de trabalho é a missão da startup mexicana Momlancers. Mas, o propósito vai além.

"Trazê-las de volta ao trabalho faz com que se sintam produtivas, capazes e cheias de energia. Assim, contribuimos para ter cada vez mais mulheres mais felizes e saudáveis", considera Regina Cabal, Co-Founder da startup mexicana, Momlancers.

Para as mães, a plataforma atua como uma gestora: entende os requisitos do projeto, negocia a taxa e trata de todos os procedimentos administrativos incluindo contratos, faturação e pagamentos. Para as empresas, é uma curadora, e tira o melhor de talentos experientes que podem não estar ativamente em busca de emprego.

Nessa dinâmica, a startup já ajudou a gerar US \$ 7,31,343 ao inserir as mães no mercado de trabalho. Além disso, reduziu o número de demissões decorrentes da maternidade para 1 em 50, graças ao trabalho de coaching oferecido às empresas.

15 mil

mães acompanhando recebendo ferramentas para integrar sua vida pessoal e profissional por meio das redes sociais

Ao procurar projetos que se adaptam às necessidades das mães profissionais e permitir que elas não precisem escolher entre suas famílias e seu desenvolvimento profissional neste momento da vida, a startup inspira uma força de trabalho mais diversificada e inclusiva.

"Permitimos que as próximas gerações sejam mais felizes e confiantes porque têm mães mais felizes e confiantes", conclui a empresária.

YANNI SHOES



Fabricação de alpargatas sustentáveis promove inclusão de idosos e pessoas com deficiência

ODS



Principais resultados



Aumento em 50% a renda de cada artesã em cada comunidade



Gerou empregos para 30 pessoas com deficiência física e sem emprego da Fundação Asperddí de Collique, Lima-Peru.



Foram recolhidos mais de 2010 kg de restos têxteis de balanços de fábricas locais, o que permitiu desenvolver 6.700 alpargatas até o momento.

Até o final de 2019, no Peru havia mais de 1 milhão de idosos desempregados. Em 2020, com a pandemia, esse número dobrou.

A proposta da Yanni Shoes é exatamente dar aos idosos novas oportunidades, para que se sintam produtivos. "Criamos um modelo de negócio onde formamos oficinas de artesãos aproveitando a experiência e habilidade dos idosos. Dessa forma, eles podem se sentir úteis, evitando doenças psicológicas e físicas, que em muitos casos acabam com a morte", justifica Yanira Villalta, fundadora e CEO da startup.

Tais oportunidades vêm através da capacitação e implantação de oficinas artesanais adequadas com ferramentas para pessoas com habilidades especiais em zonas vulneráveis, sejam eles deslocados do trabalho, idosos ou pessoas com deficiência.

"O propósito é gerar um modelo de negócio replicável e rentável, por meio da padronização de processos artesanais e semi industriais que permitem a essas pessoas fazer calçados de

5%
de redução no lixo das
balanças têxteis de 3 fábricas
locais no Peru e no Equador

forma eficiente, produtiva, facilmente acessível e com altos níveis de escalabilidade", explica a fundadora.

Ao final, além do impacto social, são apresentadas alpargatas com um rico apelo ambiental, feitas a partir do reaproveitamento de resíduos têxteis das fábricas locais. As solas são obtidas a partir de um processo de reciclagem de pneus de borracha, o que permite gerar um modelo de negócio circular e sustentável.

ALICERCE EDUCAÇÃO



Programas extracurriculares transformam a vida de alunos de baixa renda

ODS



Principais resultados



A startup tem hoje 51 parcerias fechadas com empresas e instituições pelo país.



Desde o início da pandemia do Covid-19, impactou mais de 7 mil alunos de todo o país, com aulas presenciais e à distância



Programa Alicerce em Casa, ofereceu aulas remotas e síncronas para mais de 2000 alunos em 2020

O Alicerce Educação é um negócio de impacto social criado com a missão de transformar a vida dos alunos de escola pública do Brasil.

"Queremos mudar a realidade do nosso país e entendemos que a educação é a causa mais urgente para o desenvolvimento do Brasil e, portanto, merece uma solução de qualidade e com alto poder de escala", justifica a Gerente de Impacto e Certificações, Sara Machado.

Como eles realizam essa missão?

Oferecendo programas extracurriculares para pessoas de baixa renda, o negócio atua na redução da lacuna de aprendizagem dos alunos, ampliação de seu repertório cultural e fortalecimento de habilidades para a vida.

Essas três frentes contribuem para a redução da desigualdade social no Brasil, quer seja por meio da ampliação do acesso à aprendizagem de qualidade, quer seja atuando na criação de melhores oportunidades de empregabilidade, ampliando as perspectivas de futuro para mais brasileiras e brasileiros.

7 mil
alunos de todo o país
impactados com aulas
oferecidas presencialmente

O desenvolvimento dos alunos é monitorado por meio de uma avaliação adaptativa digital. "Em matemática, a média de avanço dos nossos alunos foi de 1,72 bimestre de conteúdo da base nacional comum curricular (BNCC) a cada sprint de oito semanas e, em leitura, esse avanço foi de 1,36; em escrita, foi de 2,36", exemplifica a gerente.

Ao todo, desde o início da pandemia do Covid-19, o Alicerce impactou mais de 7 mil alunos de todo o país, com aulas oferecidas presencialmente em oito estados brasileiros e também à distância, via plataforma. Para muitos, a solução foi o único estímulo educacional enquanto as escolas estavam fechadas.

UMGRAUEMEIO



um
grau e
maior

ODS



Detecção de incêndio florestal em estágio inicial reduz impactos sociais, econômicos e ambientais

AGROJUSTO



agrojusto

ODS



Mercado de alimentos mais justo e eficiente por meio da tecnologia

Principais resultados



Entrada do Pantanal ampliará as áreas de proteção ambiental monitoradas, levando esse número de 1.5MI para 4MI hectares



Redução de perdas com incêndio entre 75% e 90%



Multas e ações criminais decorrentes de queimadas foram zeradas nas áreas monitoradas

Principais resultados



Plataforma digital: 3.500 produtos carregados; 270 produtores cadastrados; mais de 460 organizações cadastradas; mais de mil pedidos



Mais de mil organizações / empresários / produtores treinados em questões de comércio digital



Aumento de 10% a 40% no acesso ao mercado para cooperativas

Incêndios florestais acarretam incontáveis impactos negativos tanto para o clima e a vida do planeta, quanto para a saúde da população e economia.

A curto prazo, o avanço do fogo em áreas de reserva acarretam prejuízos ambientais, multas e ações criminais para as propriedades responsáveis pela região afetada. A longo prazo, impactam a capacidade de regeneração dos ecossistemas afetados pelo fogo e a capacidade produtiva de culturas agrícolas, além de reduzirem as chuvas e causarem estresse nos lençóis freáticos.

Contribuir para a diminuição desses prejuízos é o objetivo da Umgrauemeio, uma solução da Sintecsys que utiliza a Inteligência Artificial (AI) para detectar focos de incêndio em seus estágios iniciais em florestas, plantações e áreas de proteção ambiental.

Presente em 12 estados da federação, com 15 Centrais Integradas de Gestão (CIG) e mais de 80 pontos de detecção automática de focos

6,5 mi
de hectares monitorados entre áreas produtivas, florestas nativas e outras coberturas em todos os biomas brasileiros

de incêndio, a startup anuncia que já reduziu as perdas dos clientes decorrentes do fogo entre 75% e 90%. "O impacto no setor privado foi mensurado e reportado por nossos clientes e 100% dos contratos de 3 anos vêm sendo renovados, o que autentica o impacto positivo da solução umgrauemeio", reforça Osmar Bambini, CIO - Chief Innovability da startup.

Com foco principal na ODS 11 (Cidades e comunidades sustentáveis), a startup argentina Agrojusto facilita e efetiva a comercialização de alimentos nas três esferas: setor produtivo (produtores locais individuais e cooperativas produtivas); comerciantes (cooperativas como empresas do ramo alimentício-varejo); e consumidores finais.

Para viabilizar essas relações, a solução traz uma plataforma digital, o AGROJUSTO 2.0. O software fornece informações sobre o estoque de todos os produtores envolvidos. Dessa forma, tanto os produtores podem acessar mercados atacadistas que exigem um maior volume de vendas, quanto os consumidores conseguem saber preços de mercado e realizar transações em tempo real, por exemplo.

Em resultados numéricos, a startup já proporcionou a redução de 20% nos custos de intermediação para atores da cadeia de abastecimento; 30% de melhoria na lucratividade, aumento de 10% a 40% no melhor acesso ao mercado para cooperativas, pequenos produ-

20%
de redução nos custos de intermediação para atores da cadeia de abastecimento

res e pequenas empresas digitalizadas; dentre outros resultados relevantes.

Outro benefício foi que o tempo de colheita e entrega dos produtos foi encurtado, dando um diferencial na qualidade das safras, fator atualmente muito procurado pelos consumidores.

Promoção da formação de mulheres rurais, abertura a novos mercados para produtores, aumento do trabalho com marcas sustentáveis e oferta sustentável para clientes são algumas das oportunidades geradas pela solução.

GORAYMI



ODS



Plataforma digital permite que gestor de turismo do Equador ocupe o topo na página de busca do Google

DVOTIO SAS BIC



ODS



Empoderamento feminino motiva programa de pesquisa em design e promove igualdade de gêneros

Principais resultados



Novo mapeamento digital do turismo do Equador inclui 80% da população, independentemente de seu tamanho ou posição



GoRaymi.com está no TOP 5 do ranking de páginas oficiais de turismo do continente americano e lidera o ranking de promoção do Equador



Cada um dos assinantes lidera o ranking das páginas oficiais de turismo, superando as dos destinos mais bem posicionados do país

Principais resultados



200 pessoas beneficiadas (30% Urbano, 70% Rural, 79% Mulheres, 19% Homens, 2% LGTBI)



Redução de 99,9% dos resíduos têxteis na cadeia produtiva, por meio do desenvolvimento de novos produtos.

Com a chegada do COVID-19, a indústria do turismo equatoriana entrou em uma grave depressão. No entanto, se por um lado a pandemia desacelerou o turismo ao fechar fronteiras, ela atuou também como transformadora dos hábitos de consumo dos turistas mundiais.

No novo cenário, que valoriza o aspecto responsável e consciente, o turista busca experiências no meio rural. Além disso, houve uma aceleração da transformação digital. Foi aí que a startup GoRaymi surgiu dentre os gestores do turismo no Equador como uma oportunidade para prosperar.

A solução oferece uma plataforma colaborativa de cadastramento digital para que pequenas populações possam se posicionar na internet como destino turístico por conta própria. A metodologia, desenvolvida com a colaboração de governos locais, oferece cursos virtuais e presenciais que visam potencializar os processos de promoção e marketing das ofertas apresentadas.

A principal mudança social é que após a chegada da GoRaymi, o percentual de gestores que recebiam baixa renda diminuiu consideravelmente.

1 mil pequenos atores do turismo localizados em 170 pequenos municípios foram beneficiados, desde 2018

Embora os números sejam positivos, a reativação do turismo prevista para o próximo ano servirá para reavaliar a nova realidade, visto que a primeira análise de dados foi realizada de outubro de 2019 a fevereiro de 2020, em plena pandemia.

Vale destacar que mesmo em um período de crise, os resultados foram alcançados em um país em desenvolvimento, com altos índices de analfabetismo digital, com pouca penetração da internet e graves deficiências de conectividade nas áreas rurais. "E, mais do que tudo, num país que não está muito bem posicionado no concerto turístico mundial, o que implica que, se mantidos os indicadores apresentados, o modelo de negócio desenvolvido poderá ser replicado com sucesso noutros países do continente", conclui o CMO da startup, Diego Lopez.

As mulheres são responsáveis por dois terços 2/3 do trabalho realizado em todo o mundo. Mas, atualmente elas ganham de 16 a 22% menos do que os homens.

A afirmação vem da startup DVOTIO SAS BIC, que tem como grande motivador o empoderamento feminino. Fortalecer o sindicato das mulheres por meio de trabalho digno e bem remunerado, preservando e criando patrimônio cultural para as gerações futuras é um de seus principais objetivos.

Por meio de um programa de pesquisa, experimentação e fusão do artesanato tradicional e do design contemporâneo e sustentável, a iniciativa busca formalizar as comunidades artesanais e manufatureiras localizadas na Cordilheira dos Andes. Assim, já atua em oito comunidades indígenas e artesanais, beneficiando 200 pessoas entre Colômbia e Equador.

No que tange ao meio ambiente e sustentabilidade, a startup tem como premissa o uso inteligente dos recursos naturais e tradições artesanais através da elaboração de produtos funcionais e duráveis. Por isso, no processo produtivo, substituiu as fibras de poliéster do

A startup tem como premissa o uso inteligente dos recursos naturais e tradições artesanais

trabalho artesanal pelas naturais, visto que são menos poluentes.

Além disso, há o reaproveitamento de resíduos têxteis em novas cadeias produtivas. "O que nos impede de gerar resíduos e ter 99,9% de aproveitamento da matéria-prima", salienta a CEO, Margarita Sarmiento.

Professores Responsáveis

Dr. Fabian Salum, Dra. Karina Coleta

Coordenação e Gestão de Ecossistemas

João Pedro Brasileiro

João Pedro Mola Massa

Laura de Moraes Andrade Coutinho

Growth e Internacionalização

Rodrigo Brasileiro

Estatística e Processamento de Dados

Dalila Pereira

Tradução

Sérgio Birchall

Projeto Gráfico e Design

Alessandro Meiguins, Dânué Falcão, Giovana Castro
e Thalita Rodrigues (Shake Conteúdo Visual)

Identidade Visual

Bianca Vizza

Jornalistas

Ana Carolina

Ademir Morata

Assessoria de Imprensa

Tamer Comunicação

Divulgação e Engajamento

Carolina Job

Expediente



LATAM POSITIVE IMPACT STARTUP

INNOVATION
LATAM

FDC FUNDAÇÃO
DOM CABRAL

impact

2021