

RELATÓRIO – STARTUPS – NOVEMBRO

A RIQUEZA DAS STARTUPS

A transformação de ideias em soluções econômicas e sociais que sustentem o crescimento e o dinamismo da economia tem se mostrado essencial para vantagem competitiva, maior produtividade e crescimento econômico. Nos últimos anos, a proporção de investimentos em ideias – o chamado investimento intangível – tem sido muito superior àquela destinada ao capital físico (máquinas e equipamentos), e essa nova configuração de negócios tem alimentado um ecossistema rico e dinâmico de startups e inovação. Fintechs e healthtechs têm se mostrado inovadoras e vêm crescendo com consistência – esse perfil tem tido destaque na preferência dos investidores.

INVESTIMENTO EM STARTUPS EM NOVEMBRO DE 2021

As startups receberam mais de R\$ 14,9 bilhões de investimentos em novembro. O mês também foi repleto de grandes lançamentos e novidades. Começando pela Canary, que após investir em mais de 100 negócios com altíssimo potencial de crescimento desde 2017, levantou seu terceiro fundo de investimento dedicado a fazer o primeiro aporte das startups early stage na América Latina. Cerca de US\$ 100 milhões foram captados para os investimentos.

Em novembro, a TOTVS, uma das maiores empresas de tecnologia do Brasil, também anunciou um compromisso de investimento em Corporate Venture Capital (CVC). O objetivo é destinar R\$ 300 milhões, nos próximos quatro anos, para investimentos em startups com alto potencial de crescimento e capacitação de inovação, por meio de aquisições de participações minoritárias.

Não querendo ficar para trás, a Globant, empresa focada em reinventar negócios por meio de soluções inovadoras de tecnologia, anunciou o lançamento do BeKindTech Fund, que visa combater os efeitos negativos criados pelo mau uso ou má aplicação da tecnologia. A Globant Ventures, braço de investimentos da empresa, avaliará cada projeto e fará um investimento entre US\$ 100 mil e US\$ 1 milhão, dependendo de cada caso.

Para finalizar o tópico sobre fundos, em novembro houve o lançamento do FDC Angles, grupo de investidores-anjos idealizado por ex-alunos da Fundação Dom Cabral (FDC), que tem como objetivo investir em startups de impacto positivo e ESG em todo o Brasil.

Já o setor de logística recebe mais um novo aliado: o grupo Frete.com, transportadora rodoviária de cargas. A startup nasce com status de gente grande, após receber aporte de R\$ 1,14 bilhão (US\$ 200 milhões) liderado pelo Softbak e Tencent. O aporte será usado para aumentar o número de transportadoras e caminhoneiros que usam a plataforma, melhorar a qualidade das transações dentro do app e aumentar a precisão e segurança para os usuários.

No segmento de fintechs, a CloudWalk, rede de tecnologia de pagamento com sede em São Paulo, anunciou um aporte de US\$ 150 milhões, em rodada Série C liderada pelo fundo Coatue e com participação do DST Global, A-Star, The Hive Brazil, Plug and Play Ventures, Valor Capital Group, além do investidor anjo Gokul Rajaram e dos jogadores de futebol americano Larry Fitzgerald e Kelvin Beachum.

Outro grande destaque do mês foi investimento em educação, a Ânima Educação recebeu um aporte de R\$ 1 bilhão da DNA Capital, investidora global do mercado de saúde. O valor será empregado na Inspirali, subsidiária focada em educação médica de qualidade, com intuito de impulsionar sua atuação e levá-la a um novo patamar, colaborando com a democratização e a humanização do sistema de saúde brasileiro. A DNA Capital também ficará com 25% de participação da Inspirali.

Tabela 1 – Ranking das startups que receberam investimento em novembro de 2021.

Nº	Startup	Estado	Valor	Investidor
1	Memed	São Paulo	R\$ 100 milhões	DNA Capital

2	Vaultree	-	R\$ 18 milhões	Ten Eleven e outros investidores
3	Axxes Saúde	São Paulo	R\$ 1,6 milhão	GVAngels
4	Lincros	Santa Catarina	R\$ 38 milhões	Sequoia
5	Fazenda Futuro	São Paulo	R\$ 300 milhões	XP, Rage Capital e outros investidores
6	How Bootcamps	Paraná	R\$ 1,3 milhão	Empreendedores e investidores-anjo
7	Payfy	Santa Catarina	R\$ 1,5 milhão	CapTable
8	Plexi	São Paulo	R\$ 1 milhão	Elifepar
9	Vitalk	São Paulo	R\$ 24 milhões	Fundo TM3 Capital VC4
10	QI Tech	São Paulo	R\$ 270 milhões	Fundo Soberano de Cingapura
11	Smart Break	São Paulo	R\$ 5,5 milhões	Anjos do Brasil e Columbia Alumni Angels
12	Cypher Learning	São Paulo	US\$ 40 milhões	Invictus Growth Partners
13	Mola	Pernambuco	R\$ 12 milhões	Kinea Ventures
14	H2O.ai	São Paulo	US\$ 100 milhões	Commonwealth Bank of Australia
15	Doji	São Paulo	US\$ 3 milhões	Canary
16	Lime	Rio de Janeiro	US\$ 523 milhões	Abu Dhabi Growth Fund e outros fundos
17	Agrisolus	Paraná	R\$ 2 milhões	KPTL
18	mywork	São Paulo	R\$ 3,5 milhões	Fundo Anjo
19	Seteloc	Minas Gerais	R\$ 15 milhões	Holding Sete Investidores SA
20	Isaac	Ceará	US\$ 125 milhões	General Atlantic e outros fundos
21	Beaver	São Paulo	R\$ 2 milhões	CapTable
22	Escola do Mecânico	São Paulo	R\$ 1 milhão	Yunus Investimentos Brasil
23	Picsel	São Paulo	R\$ 384 mil	Poli Angels
24	Frete.com	São Paulo	R\$ 1,14 bilhão	Softbank e Tencent
25	ZAK	São Paulo	R\$ 80 milhões	Tiger Global
26	Divibank	São Paulo	R\$ 28 milhões	Goldfinch
27	T10	Minas Gerais	Não informado	Tribanco
28	Fen	São Paulo	R\$ 1,7 milhão	Canary
29	Nomo	São Paulo	R\$ 14 milhões	Iporanga Ventures e Norte Ventures
30	SleepUp	São Paulo	R\$ 2 milhões	GVangels e outros investidores
31	CodeCoast	São Paulo	R\$ 500 mil	SMU
32	Labenu	São Paulo	R\$ 3 milhões	AcNext Capital
33	Otimiza Bank	São Paulo	R\$ 1,2 milhão	Efund Investimentos
34	Onedoor	Santa Catarina	R\$ 2,5 milhões	Não informado
35	Martello Educação Financeira	São Paulo	R\$ 180 mil	Camila Farani
36	CashWay	Santa Catarina	R\$ 1,5 milhão	Sinqia

37	Weego	Santa Catarina	R\$ 1 milhão	Fundo Anjo
38	Facily	São Paulo	US\$ 366 milhões	DX Ventures e Delivery Hero
39	Pinguim	São Paulo	R\$ 1 milhão	CapTable
40	Provu	São Paulo	R\$ 1,4 bilhão	Goldman Sachs
41	Canal Dstak	São Paulo	US\$ 2,6 milhões	Valutia e outros fundos
42	Uffa	São Paulo	Não informado	Via
43	SafeSpace	São Paulo	R\$ 11 milhões	ABSeed Ventures
44	CloudWalk	São Paulo	US\$ 150 milhões	Coatue e outros investidores
45	Arco Educação	São Paulo	R\$ 825 milhões	Dragoneer Investment Group e outros investidores
46	Creditú	São Paulo	R\$ 100 milhões	Grupo AVLA
47	Klivo	São Paulo	R\$ 45 milhões	Valor Capital Group
48	TruePay	São Paulo	R\$ 176 milhões	Addition
49	Phyllon Bank	Paraná	R\$ 2 milhões	Não informado
50	LTK	São Paulo	US\$ 300 milhões	SoftBank
51	Whatslly	-	US\$ 11 milhões	Zeev Ventures
52	Z1	São Paulo	R\$ 55 milhões	Kaszek Ventures
53	hiSofi	São Paulo	US\$ 30 mil	Finance Forward América Latina
54	Cuidas	São Paulo	Não informado	Alice
55	Hubla	São Paulo	R\$ 60 milhões	Kaszek
56	Hub Home Box	São Paulo	R\$ 940 mil	Carol Paiffer
57	Popai	Rio de Janeiro	R\$ 1,6 milhão	EqSeed
58	Azos	São Paulo	R\$ 55 milhões	Prosus
59	Indiip	São Paulo	R\$ 600 mil	Token UP
60	Ânima Educação	São Paulo	R\$ 1 bilhão	DNA Capital
61	zazuu	São Paulo	Não informado	Harvard Angels do Brasil
62	Finansystech	São Paulo	R\$ 2 milhões	CapTable
TOTAL			R\$ 14.947.857.200,00	

Fonte: STARTUPI, 2021.

1. MEMED

Healthtech de prescrições médicas digitais recebe aporte de R\$ 100 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 3 de novembro de 2021.

A Memed, healthtech de prescrição médica digital, realizou um novo round de levantamento num total de R\$ 100 milhões. Trata-se de uma continuação da rodada anunciada em junho deste ano, quando a DNA Capital,

gestora de venture capital e private equity focada no setor de saúde, levantou um fundo exclusivo para adquirir os antigos acionistas da companhia e realizar novos aportes na Memed.

A injeção de capital conta com a participação da DNA, reforçando ainda mais sua confiança no time e no potencial da Memed, bem como com a Temasek, empresa global de investimentos sediada em Singapura e ainda com a Fit Participações, que ingressam agora na companhia, além de outros investidores institucionais. “Buscamos parceiros com visão de longo prazo para suportar o projeto da Memed, não poderíamos estar mais empolgados com os próximos passos da companhia” afirma Luiz Noronha, sócio da DNA Capital.

Os recursos da rodada complementam o aporte feito anteriormente pela DNA Capital e serão utilizados para fomentar o crescimento acelerado da empresa. “Fico feliz com esse novo round, pois nos permite gerar ainda mais valor para todos os nossos parceiros, sejam médicos, operadoras, seguradoras, cooperativas, autogestoras, hospitais, players de telemedicina e prontuários eletrônicos, bem como para os mais de 2,2 milhões de pacientes únicos que se beneficiam da tecnologia da Memed todos os meses, seja para compra de medicamentos ou para agendamento de exames” diz Joel Rennó Jr, CEO da Memed.

A grande maioria dos recursos desse novo round serão investidos pela Memed para escalar ainda mais as áreas de produto, tecnologia e inteligências clínicas, criando uma experiência cada vez mais diferenciada para todos os players do ecossistema de saúde que de alguma forma se relacionam com a empresa. Nos últimos 12 meses, a Memed gerou um volume total de 28 milhões de prescrições médicas digitais e seu time conta hoje com mais de 150 colaboradores, quatro vezes maior que no primeiro trimestre deste ano.

2. VAULTREE

Startup que oferece segurança cibernética recebe aporte de R\$ 18 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 3 de novembro de 2021.

A Vaultree, startup irlandesa que oferece soluções prontas para o segmento de segurança cibernética de Encryption-as-a-Service (EaaS, ou Criptografia como serviço, em tradução livre) e Privacy-Enhancing Technology (PET, ou tecnologia para aumentar a privacidade, em tradução livre), acaba de anunciar o levantamento no valor de R\$ 18 milhões para investimento inicial em sua solução revolucionária de segurança de dados.

A rodada foi liderada pela Ten Eleven Ventures, além de outros investidores, como: Enterprise Ireland, Unpopular Ventures, HBAN e John N. Stewart, ex-chefe de segurança e diretor de confiança da Cisco. O aporte marca a chegada da empresa ao Brasil.

A Vaultree está começando uma nova era de proteção de dados com soluções de Encryption-as-a-Service (EaaS) e Privacy-Enhancing Technology (PET) trazendo o primeiro produto de prateleira para segurança de informações sensíveis. A plataforma da empresa usa tecnologias Enhanced Searchable Symmetric Encryption (ESSE) – tecnologia própria com patente pendente – e Fully Homomorphic Encryption (FHE) permitindo que empresas trabalhem com dados totalmente criptografados sem precisar descriptografá-los, permitindo o processamento de informações sem quebra de proteção e sem revelar as informações sigilosas. Ela também pode ser utilizada em bilhões de conjuntos de dados sem comprometer seu desempenho, ao contrário da maioria das soluções de criptografia.

Com esse financiamento, a Vaultree continuará desenvolvendo um produto pronto para o mercado, fornecendo aos clientes uma solução de armazenamento cibernético, proteção de dados totalmente criptografados, escalável, rápido e fácil de usar. A equipe da startup continuará crescendo com novas contratações para a equipe de engenharia, criptografia, vendas e atendimento ao cliente.

Além de outros mercados estratégicos no mundo, a startup escolheu o Brasil para iniciar suas operações por ser um dos países mais promissores da

América Latina em inovação e, conseqüentemente, com maiores possibilidades de ataques de hackers e vazamento de dados. “Conseguimos desenvolver um produto de manuseio simples e que se integra facilmente aos sistemas de segurança, vimos no Brasil e nas diretrizes da LGPD um mercado em potencial que tem semelhança com a filosofia da Vaultree de um “amanhã criptografado”. Acreditamos que todos têm direito à privacidade e proteção de seus dados pessoais, podendo confiar na segurança das empresas que detêm suas informações”, comenta Tilo Weigandt, sócio fundador da Vaultree.

“As ameaças à segurança de dados continuam crescendo em escala global à medida que nossos rastros online e dispositivos conectados aumentam. Para reduzir ataques cibernéticos e violações de informação, é necessária uma solução totalmente criptografada e escalável adequada para empresas de qualquer porte. A Vaultree desenvolveu uma solução inovadora para ajudar a atender a essas necessidades e trabalha para criar um mundo digital mais seguro por meio da criptografia de dados”, comenta Sarah Armstrong-Smith, conselheira da Vaultree e conselheira-chefe de segurança da Microsoft.

“Como especialistas em tecnologias inovadoras de segurança cibernética, a equipe da Ten Eleven percebeu imediatamente o enorme impacto que a plataforma Vaultree teria sobre o vasto número de empresas em todo o mundo que precisam urgentemente de um serviço rápido, escalável e fácil – para integrar solução de criptografia como parte de sua estratégia de segurança de dados. Essa tecnologia revolucionária ajudará as empresas a proteger seus clientes e dados em um nível totalmente novo. Estamos entusiasmados em trabalhar ao lado dos fundadores da Vaultree nesta jornada, com foco na segurança de dados e espaço de armazenamento no momento certo, com a equipe e tecnologia certas”, disse Timothy Newberry, EIR da Ten Eleven Ventures.

3. AXXES SAÚDE

Startup de intermediação de crédito para o segmento da saúde recebe aporte de R\$ 1,6 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 3 de novembro de 2021.

A Axxes Saúde, startup de intermediação de crédito para os segmentos da saúde, recebeu um aporte de R\$ 1,6 milhão de investidores-anjo liderados pelo GVAngels. Com o valor, a startup pretende consolidar o negócio e continuar promovendo o acesso e a democratização à saúde nas mais diversas especialidades como: odontologia, oftalmologia, cirurgia plástica e estética, bariátrica, dermatologia, fertilização, ortopedia e outros procedimentos em geral.

Os investidores estão de olho no mercado de atuação da Axxes, ainda pouco explorado no Brasil. Não conseguir realizar tratamentos, procedimentos e cirurgias por falta de dinheiro, limite no cartão de crédito ou falta de flexibilidade no pagamento, é a dor de 1 em cada 2 brasileiros. “Queremos sanar uma dor latente do segmento de saúde, os custos relacionados a tratamentos, procedimentos e cirurgias de qualidade. A solução financeira que criamos facilita o pagamento por meio do crédito e do parcelamento. Além disso, damos o suporte necessário para que as clínicas, hospitais e profissionais possam oferecer mais facilidades de pagamento”, comenta Ricardo Wafae, CEO da Axxes. Ainda segundo o executivo, esse já é um mercado consolidado em outros países.

A plataforma da Axxes, reúne diversas opções de parcelamento, que vão desde meio de pagamento via cartão de débito ou crédito, a parcelamento em até 48x por meio de boleto. O portfólio de produtos da empresa fica para a opção de crédito, que pode ser contratado num processo 100% digital, onde basicamente uma selfie e um documento de identificação com foto são necessários para a contratação. Tudo isso em cerca de 10 minutos, sem burocracia, que podem ser feitos dentro da própria clínica. “É uma relação ganha-ganha. Para os clientes, oferecemos o pagamento parcelado com valores que cabem no bolso. Para clínicas, ao flexibilizar o pagamento, o resultado natural é o aumento do número de atendimentos, além do recebimento do pagamento integral, antecipado e sem risco para a clínica”, avalia Wafae.

A startup já recebeu mais de R\$50 milhões de reais em solicitação de crédito na plataforma, e conta com uma carteira de centenas de consultórios, clínicas e hospitais. Com o novo aporte, o objetivo da startup é gerar R\$ 1 bilhão em oportunidade de crédito, trazer mais 2 mil clínicas para o portfólio de parceiros e oferecer as melhores opções de pagamento para a saúde e bem-estar.

Franco Pontillo, gestor do Fundo Anjo e sócio na DOMO Invest, destaca o potencial de mercado e de inclusão da startup. “Considerando que a saúde primária e a saúde eletiva possuem grande aderência pelo modelo, temos diversos nichos para trabalhar. Além disso, a Axxes tem um objetivo de inclusão que é reforçado pelas diversas opções de pagamento oferecidas pela startup, que busca atender a todos os públicos. Viabilizar a saúde do paciente, e fazer a parcela caber no seu orçamento é apenas o primeiro passo de uma grande transformação que será observada no setor de saúde ao longo dos próximos anos”.

4. LINCROS

Startup de Blumenau com solução para gestão logística recebe aporte de R\$ 38 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 3 de novembro de 2021.

A Sequoia, companhia brasileira de soluções de logística e transporte, com atuação especializada em e-commerce, e a Lincros, logtech de soluções para gestão da operação logística, formalizaram nesta semana uma parceria societária de longo prazo. Na negociação, a Sequoia adquiriu 41% das ações da Lincros em um investimento de R\$ 38 milhões, e a partir dessa movimentação, busca criar um marketplace completo de soluções logísticas para as empresas brasileiras, fortalecendo a presença de mercado das duas marcas. O negócio também tem foco em dar escalabilidade a ambas as empresas no mercado brasileiro, criando um hub de referência em transformação digital.

A Lincros, que nasceu em Blumenau (SC), segue com sua operação na cidade e a partir do investimento pretende triplicar, em três anos, faturamento, volume de clientes e número de colaboradores, mas se mantém independente e sob a gestão atual. André Luiz Jacinto, Diretor Comercial e de Marketing e cofundador da Lincros, destaca que a negociação coloca a empresa em um ritmo ainda mais acelerado de crescimento. “A sinergia com a Sequoia traz a expertise que precisamos para nos consolidarmos como principal solução para logística de transportes do Brasil e reforça nosso posicionamento no segmento de inovação para a logística, apoiando nossa aproximação e relacionamento com os clientes”, diz.

Para Jean Carlos Pereira, Diretor de Tecnologia da Lincros, “a empresa irá potencializar sua interação com os principais ERPs do mercado, acelerar a conectividade com plataformas de e-commerce, e fornecer soluções para marketplaces de fretes. Já Gilson Chequeto, Diretor Executivo da Lincros, reforça que a aquisição de parte do negócio vai impulsionar investimentos em pessoas e em tecnologia. “A decisão fortalece a nossa presença nos setores de varejo e e-commerce, potencializando nossas soluções e a integração com outros sistemas de gestão do mercado, com o objetivo de triplicar nossa presença até 2023”, destaca.

5. FAZENDA FUTURO

Foodtech de “carne à base de plantas” recebe aporte de R\$ 300 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 3 de novembro de 2021.

Após dois anos e três meses do lançamento no mercado de carnes vegetais, a Fazenda Futuro, recebeu um aporte de R\$ 300 milhões em nova rodada Série C, sendo avaliada agora em R\$ 2,2 bilhões. Dessa vez, o investimento será destinado à ampliação global e continuação da construção da categoria de carnes à base de plantas no País.

“Nossa combinação de tecnologias e produção própria é significativamente superior e faz com que a gente consiga desenvolver produtos

mais assertivos que agradam aos paladares do consumidor globalmente”, afirma o sócio-fundador Marcos Leta.

Entre os novos investidores, estão XP e Rage Capital (conceituado fundo europeu de plant-based e que tem no portfólio investimento também na Airbnb), além da Monashees e Go4it Capital, que estão desde a primeira rodada, BTG, Turim MFO e Enfini Ventures, que entraram na série B.

Em pouco tempo de operação, a foodtech já está presente em 24 países, tem mais de 10 mil pontos de venda e atingiu importantes mercados, como Europa, tornando-se uma das principais marcas da Inglaterra. Nos Estados Unidos, a Fazenda Futuro chegou há pouco mais de 1 mês e já começa a dar importantes passos para estreitar um novo capítulo em sua história. “É a empresa de alimentos brasileira com grande potencial para se tornar uma marca global admirada por consumidores no mundo todo”, continua o executivo.

Novas apostas e mais tecnologia

Com o aporte, a empresa dará passos ainda mais largos. Além do poderoso mercado norte americano, a Fazenda Futuro tem planos de concluir sua nova tecnologia clean label que envolve o uso de língua artificial, extrusão 3D, enzimas e biotecnologia.

Depois de investir no mercado de carne, com um portfólio que contempla hambúrguer, frango, carne moída, linguiça e mais recentemente atum, a empresa se prepara para expandir seus negócios também para o segmento de bebidas vegetais, o que será feito inicialmente no mercado norte americano e europeu.

“Seremos a marca mais saudável e descontraída do universo plant-based, e tudo isso sem perder nenhum sabor. Abriremos um novo capítulo na companhia, uma plataforma robusta 4.0 de plant based com carnes, leites e derivados. São 12 inovações sendo desenvolvidas para tornar frigoríficos e laticínios mais obsoletos. Vamos entregar sabor e alegria para quem ama qualquer tipo de proteína animal, sem pressão”, comemora Leta.

6. HOW BOOTCAMPS

Edtech curitibana recebe aporte de R\$ 1,3 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 4 de novembro de 2021.

A How Bootcamps, edtech curitibana que surgiu para democratizar o acesso à educação em áreas de alta demanda em startups, recebeu um aporte de R\$ 1,3 milhão de empreendedores e investidores-anjo para ampliar o número de bootcamps cohorts – um modelo centrado em comunidades, na medida em que as pessoas aprendem, compartilham e aplicam no dia a dia o que estão descobrindo em tempo real, elas incentivam as outras a continuar evoluindo.

A ideia é quadruplicar de tamanho em 2022. A edtech já formou mais de 9 mil profissionais em áreas como UX Design, Product Management e Engenharia de Dados. De acordo com Leandro Souza, cofundador e CEO da startup, o cheque será usado para aumentar o time, que hoje conta com cerca de 20 pessoas e, principalmente, aumentar o número de bootcamps técnicos no formato cohort.

Entre os 10 anjos que assinam o cheque está Matheus Bernert, fundador da Juno, fintech que acaba de ser comprada pelo EBANX. Aliás, um dos sócios, André Boaventura, também está entre os novos investidores. Segundo o cofundador Renato “Minas” Buiatti, o grupo de investidores totalmente smart money será fundamental para a aceleração do negócio.

Facilitadores

Os cursos são ministrados por facilitadores e mentores, profissionais das principais startups do Brasil como EBANX, Olist, iFood e Nubank. São mais de 50 facilitadores no momento, porém, o número deve passar de 150 em 2022.

Bootcamps

São mais de 15 bootcamps e, para 2022, a edtech ampliará o número de bootcamps, que deverá chegar em 25. Além dos Bootcamp, a startup lançará um novo produto para recrutadores de tecnologia.

7. PAYFY

Startup catarinense recebe aporte de R\$ 1,5 milhão para simplificar os gastos das empresas

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 4 de novembro de 2021.

A Payfy startup catarinense que desenvolve uma solução de serviços para pagamentos corporativos de forma desburocratizada, da compra à comunicação de relatórios e que mantém a empresa a par do que está sendo consumido no cartão, em tempo real, recebeu um aporte de R\$ 1,5 milhão em apenas 32 horas, através da CapTable. A rodada contou com 326 investidores que realizaram aportes a partir de R\$ 1 mil.

O CEO da payfy, André Apollaro, se diz animado com a confiança dos investidores na solução desenvolvida pela startup e que com a mesma registrou um crescimento de 163% em 2021.

“Levantar esse investimento via CapTable de forma tão rápida nos mostrou que os investidores acreditam no propósito da payfy. O mercado está em ascensão e temos tudo para atingir números que nos coloquem à frente do mercado”, explica o CEO.

Crescimento do mercado

A Payfy é uma plataforma SaaS (Software as a Service), que combina meios de pagamento com seu software financeiro inteligente, o que permite descentralizar o processo de compras corporativas, sem comprometer o controle do que está sendo consumido.

Além do software, a fintech oferece serviços de cartões inteligentes nas versões física e digital com a opção de definir limites de gastos e o gerenciamento de reembolso para os funcionários, o que torna todo o processo de compras no cartão corporativo ainda mais fácil.

O mercado em que a fintech atua está em crescimento constante. Isso porque as pessoas estão evitando utilizar dinheiro físico e passando a fazer pagamentos por meio de outras formas como o cartão de débito ou crédito. De

acordo com um levantamento da American Express, hoje esse mercado movimentava mais de R\$200 bi por ano.

O plano da startup é explorar o mercado nacional e oferecer soluções que as empresas administradoras de cartão tradicionais não disponibilizam. Um exemplo é o oferecimento de cartões que possam ser utilizados para compras e pagamentos de despesas como aquisição de materiais, software, pagamento de seguros, contas de água e de energia, etc.

O cofundador da CapTable, Guilherme Enck, diz que ao seu olhar um dos principais motivos para a alta confiança dos investidores para aportar seu capital na payfy é o crescimento do mercado. “Essa rodada de investimentos nos mostrou que quando o mercado em que a startup atua está em constante evolução, os investidores se mostram mais confiantes no sucesso do negócio”, afirma Enck.

Plano da startup

A payfy foi idealizada em 2018, com o nome de KM Online. Em 2019 a startup passou por uma validação de produto e em seguida passou por um processo de aceleração. No ano passado, a startup recebeu um investimento da financeira XMS Partners e neste ano aconteceu a transação do produto de reembolsos e o lançamento dos cartões corporativos.

A projeção da fintech é que no quarto trimestre de 2023 o número de clientes ultrapasse os 20 mil e o faturamento seja superior a R\$ 7 milhões.

O foco da startup é resolver a dor que é comum em pequenas e médias e grandes empresas, mas com estratégias diferentes. Para empresas de pequeno porte, utiliza-se a estratégia de inbound marketing, com campanhas de mídias pagas via Google Adwords e Facebook. Para empresas de médio e grande porte, é adotada a estratégia de prospecção outbound para agendamento das demonstrações.

Os recursos captados serão divididos da seguinte maneira: 33% em desenvolvimento e aprimoramento de tecnologia para operação e 67% será destinado a marketing e vendas.

8. PLEXI

Plataforma que oferece consulta a dados de portais públicos recebe aporte de R\$ 1 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 4 de novembro de 2021.

A Elifepar, empresa de participações que investe em negócios B2B para nichos de mercado ainda não atendidos, fez um aporte de R\$ 1 milhão no Plexi, plataforma de big data com foco em empresas com operação 100% automática para consulta de dados sobre pessoas físicas e jurídicas em mais de 50 fontes públicas como Receita Federal, Detrans e Tribunais de Justiça de todo o Brasil.

Jairson Vitorino, sócio da Elifepar, explica que a empresa tem tradição de trabalhar com dados abertos e públicos. “Acreditamos que o mercado e a demanda por dados por empresas no segmento B2B são uma excelente aposta para a próxima década”.

Segundo João Drummond, idealizador do Plexi, o principal objetivo é oferecer dados de qualidade, em tempo real, para aumentar a produtividade no backoffice de empresas e reduzir custos com operações manuais e repetitivas para coleta de dados em fontes públicas, auxiliando em processos de KYC (Know Your Customer) e Compliance.

“Para, por exemplo, consultar e baixar uma certidão negativa em sites de órgãos públicos, uma pessoa leva em média 90 segundos. O Plexi consegue, neste mesmo tempo, realizar esse processo para mais de 50 consultas. Dessa maneira, com a nossa tecnologia, é possível otimizar a rotina de dados e concentrar os esforços de equipes no que realmente importa, ou seja, na análise de informações, dispensando o trabalho manual, repetitivo e oneroso às empresas”.

João ressalta que o investimento chegou em um momento de ganho de tração no mercado que tem trazido bons feedbacks para otimizar a tecnologia do Plexi. “Nós utilizamos uma tecnologia exclusiva, desenvolvida internamente, que garante a eficiência nas consultas de dados em tempo real, feitas individualmente

ou em lotes. O Plexi está 100% em acordo com a Lei de Proteção de Dados – LGPD e não armazena dados sensíveis de pessoas físicas”, garante.

9. VITALK

Healthtech focada em saúde mental recebe investimento de R\$ 24 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 5 de novembro de 2021.

A Vitalk, healthtech de gestão de saúde mental, levantou R\$ 24 milhões em rodada Série A. O investimento foi liderado pela VOX Capital, gestora de venture capital para impacto social, que, com o aporte, marcou sua entrada na vertical de saúde mental. Também participaram da rodada Goodwater Capital, Valor Capital e Greenrock, que já tinham participação na startup.

“A VOX Capital será um parceiro importante no board para conseguirmos novas rodadas e fomentarmos o negócio sem perder a visão de impacto que já temos”, diz Michael Kapps, CEO da Vitalk.

Com o aporte, a Vitalk vai investir em duas frentes principais. No produto, novos investimentos em machine learning vão personalizar ainda mais a jornada do usuário e fomentar seu engajamento. A outra frente é a de marketing e branding junto às áreas de recursos humanos das empresas. Com isso, a startup quer se consolidar como líder no setor de gestão de saúde mental e saúde virtual na região.

A startup possui uma plataforma de inteligência artificial desenvolvida para auxiliar colaboradores de empresas-cliente em toda a jornada de educação sobre saúde mental e nível de produtividade. A experiência para quem ainda está se conhecendo e para quem reconhece que precisa de ajuda se dá num aplicativo e é conduzida pela Viki, assistente virtual 24/7. Há conteúdo escrito e por áudio, exercícios para o bem-estar e suporte para situações específicas como burnout, ansiedade, problemas de relacionamento e trabalho no home office.

Para o time de recursos humanos, a Vitalk fornece mapeamento inteligente que, respeitando a privacidade dos colaboradores-usuários, identifica e

propõe ações de prevenção, intervenção ou melhoria na empresa. As soluções da Vitalk abrangem rodas de conversa com psicólogos, capacitação de lideranças, ações de comunicação interna e engajamento. Grandes empresas como Johnson & Johnson, GSK, Grupo Soma, Vale e Anglo American já são clientes da health tech.

“A Vitalk se destaca no mercado porque entrega uma solução completa ao RH, de educação a tratamento de ansiedade, estresse, insônia e burnout. A solução estruturada pelo time, que é excepcional, aborda um conjunto amplo de fatores relacionados à saúde mental, indo além das propostas de marketplace de terapia digital”, afirma Marcos Olmos, head de Venture Capital da VOX.

10. QI TECH

Fintech recebe aporte de R\$ 270 milhões em rodada liderada pelo Fundo Soberano de Cingapura

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 5 de novembro de 2021.

A QI Tech, empresa de tecnologia voltada a serviços financeiros e uma das primeiras Sociedade de Crédito Direto aprovada pelo Banco Central do Brasil, acaba de captar sua rodada Série A. O Fundo Soberano de Cingapura (GIC), um dos maiores investidores de fintech do mundo, está liderando a rodada de R\$ 270 milhões, uma das maiores e mais disputadas nesta fase de captação na América Latina. No total, a companhia recebeu mais de 10 propostas, com empresas listadas, bancos e fundos globais interessados em fazer parte.

Com o valor, a QI Tech investirá na construção de novos produtos, com foco em aprimorar a jornada de crédito (originação e cobrança) e desenvolver a área de data science. A companhia prevê ainda quadruplicar a capacidade do time, que atualmente conta com 48 pessoas, para acelerar o lançamento de soluções e trabalhar em uma agenda de M&A para os próximos meses.

Atualmente, a QI Tech conta com mais de 100 clientes, entre fintechs, gestoras, bancos e empresas tradicionais, representando um crescimento acelerado de 500% desde janeiro de 2021. Desde o início de sua operação em 2019, já

movimentou mais de R\$ 5,5 bilhões em operações de crédito, dos quais R\$ 200 milhões em seu primeiro ano, R\$ 1,2 bilhão no segundo, e R\$ 4,1 bilhões em 2021.

“Somos a primeira instituição financeira a criar um modelo exclusivo de Lending-as-a-Service no Brasil e nosso foco é continuar inovando nesse mercado. Inovamos com um modelo que roda 24/7, em um processo 100% automatizado, permitindo que nossos clientes ofereçam uma experiência única para seus usuários e até operações de alta frequência (muitas operações em curto espaço de tempo). Esse aporte chega em um momento decisivo na nossa trajetória, onde queremos dar o próximo passo em busca do aprimoramento da jornada do crédito, possibilitando que qualquer empresa ofereça serviços bancários 100% digitais a partir das nossas tecnologias proprietárias”, diz Pedro Mac Dowell, CEO da QI Tech.

Com vasta experiência no mercado de crédito privado, o CEO da QI há anos buscava por melhores produtos e serviços financeiros para quem não era instituição financeira. A QI Tech nasce, então, com o propósito de suprir uma necessidade que existe, mas que não era bem atendida: oferecer serviços de um banco tradicional – ‘as a service’ – ou seja, disponibilizar a infraestrutura financeira necessária para que as empresas, fintechs e outros bancos menores possam inovar na oferta de crédito, da originação à cobrança.

“Oferecemos todas as verticais de Lending-as-a-Service, como por exemplo, financiamento estudantil, crédito direto ao consumidor, BNPL Buy Now Pay Later, financiamento automotivo ou imobiliário, capital de giro para PJ e operações de crédito com garantia. Desta forma, qualquer fintech, empresa tradicional ou banco pode utilizar as APIs da QI Tech para oferecer essas verticais para seus clientes finais”, explica Marcelo Bentivoglio, sócio da QI Tech.

Segundo Bentivoglio, a QI Tech possui uma plataforma inteligente com o conhecimento regulatório de um banco, eliminando o intermediário e ligando as pontas para oferecer agilidade ao mercado financeiro. Com isso, seus clientes podem se concentrar nos negócios, sem preocupações burocráticas.

“Qualquer empresa, seja ela uma fintech, uma varejista ou até mesmo uma empresa de serviços pode oferecer produtos financeiros para os seus clientes.

A QI Tech tem toda a infraestrutura necessária para que estas empresas ofereçam jornadas completas, com contas, emissão e liquidação de boletos, transferências TED/DOC/PIX, este último com múltiplas funcionalidades, como o PIX 24/7 embedded na jornada de crédito e o QR code dinâmico nos checkout de e-commerce”, complementa Marcelo Buosi, cofundador da QI Tech.

Sem a necessidade da intermediação de um banco, os clientes da QI Tech podem oferecer serviços financeiros para milhões de pessoas, antes restrito às instituições financeiras tradicionais. Esse movimento do mercado permite mais competição na oferta de crédito, gerando melhores condições comerciais para a população brasileira.

O mercado de crédito brasileiro que a QI está disruptando é massivo, crescente e movimentou R\$3,4 trilhões em 2020, sendo que 70% ainda é concentrado nos grandes bancos, segundo o Banco Central. Apenas o nicho de gestoras de crédito, onde a QI nasceu, representa R\$300 bilhões. Já o mercado de crédito fintech e crédito alternativo, estimado em R\$60 bilhões, é esperado crescer a um ritmo de 30% ao ano.

“O mercado de crédito está migrando dos bancos para outras empresas, como varejistas, aplicativos de serviços e operadoras nacionais, e a QI Tech é a infraestrutura que permite acelerar essa mudança. Nosso modelo de negócios segue o conceito de asset-light, ou seja, somos o ‘Uber dos bancos’, o maior emissor de operações de crédito da América Latina sem ter créditos em balanço. A chegada do GIC reforça nosso compromisso de estarmos sempre antecipando o futuro dos serviços financeiros, além de mantermos nossa independência.”, conclui o CEO.

11. SMART BREAK

Startup de micromercado autônomo recebe aporte de R\$ 5,5 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 5 de novembro de 2021.

A Smart Break, startup focada em micromercado autônomo, também chamado de honest micro market, concluiu uma rodada de captação de R\$ 5,5

milhões. A Anjos do Brasil e Columbia Alumni Angels participaram da rodada junto com altos executivos com passagens pelos segmentos de logística, varejo e tecnologia.

Com o cheque, a retailtech pretende expandir sua atuação, com a abertura de 1.500 lojas nos próximos dois anos. Para se ter uma ideia, apenas em São Paulo, a startup pretende inaugurar até 50 micromercados por mês. Hoje, a Smart Break conta com mais de 200 lojas implementadas, que atendem a mais de 90 mil pessoas. O objetivo é chegar a 1.500 lojas, nos próximos dois anos.

“Em julho deste ano, iniciamos nosso plano de expansão para todo o Brasil, modelo que está acontecendo por meio de franquias e operação própria em outros estados. Nosso negócio é totalmente diferente dos modelos de franquias tradicionais, visando expansão rápida, exclusividade territorial e formato altamente lucrativo. Estamos sentindo um forte interesse do mercado e por isso apostamos cada vez mais no desenvolvimento de nossas tecnologias e soluções logísticas para alcançarmos todo o país em um curto período de tempo”, afirma o CEO da Smart Break, Rodrigo Colas de Freitas.

Desde sua abertura, em 2018, a Smart Break quadruplicou o número de colaboradores e agora aposta cada vez mais em tecnologia e processos logísticos para alcançar seus objetivos no menor tempo possível. O recebimento de um investimento externo também está nos planos de curto prazo da Smart Break.

“Fomos a primeira empresa a colocar uma loja de honest micro market em condomínio residencial no país, em 2019, e com a expertise conquistada com inovação, tecnologia e qualificação de nossos profissionais e processos, nos tornamos uma referência e desejamos ser a maior empresa do segmento, com crescimento sustentável, ampliação de oferta de produtos, oferecendo cada vez mais comodidade, conveniência e segurança às pessoas. Queremos revolucionar a forma de consumo das pessoas em seus condomínios residenciais e nas empresas onde trabalham”, diz o empreendedor Rodrigo Colas.

A startup acompanha uma tendência mundial que traz o consumo para espaços cada vez menores (como a migração de consumo de hipermercados para o

conceito de mercado-minuto). O menu é totalmente personalizável, composto por mais de 900 artigos como bebidas (alcólicas e não-alcólicas), sucos naturais feitos no dia, frutas, refeições, saladas, sanduíches, sorvetes, doces em geral e muitos outros snacks – e uma das preocupações da empresa é sempre apresentar novidades. A Smart Break toma conta de toda a dinâmica: instala e abastece por conta própria, controlando o estoque, necessidade de reposição e validade de produtos por meio de sistemas e auditorias. A empresa que contrata este serviço não tem custo e não é exigido faturamento mínimo, devendo apenas disponibilizar o ponto.

“Desde que a Smart Break me foi apresentada, demonstrei interesse genuíno sobre o negócio de Honest Store, que claramente é um retrato da adaptação do setor varejista às grandes mudanças de comportamento de compra dos clientes, na medida em que estes se tornam cada vez mais exigentes. Fatores importantes como logística eficiente e tecnologia “user friendly” são diferenciais da Smart Break. Além disso, o dinamismo do founder e seu entendimento sobre como gerir o negócio foram também fatores decisórios para o investimento-anjo”, comentou Reynaldo Saad, um dos investidores da Anjos do Brasil.

12. CYPHER LEARNING

Startup que fornece sistema de gestão de aprendizagem recebe aporte de US\$ 40 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 5 de novembro de 2021.

A Cypher Learning, fornecedora de sistemas de gestão de aprendizagem para empresas e instituições de educação, recebeu US\$ 40 milhões em uma rodada de capital de crescimento com a Invictus Growth Partners (“Invictus”). O investimento será usado para acelerar as vendas, o marketing, o desenvolvimento de sua plataforma de aprendizado de ponta e alavancar a rentabilidade. O cofundador e sócio diretor da Invictus, John DeLoche, fará parte do Conselho de Administração da CYPHER LEARNING.

“Nossa missão é inovar a educação e ter maior impacto na forma com que as pessoas ensinam e aprendem. Começamos o negócio com rentabilidade, por isso, tínhamos uma alta expectativa em trazer um parceiro que pudesse fazer mais do que o capital. A Invictus é o parceiro perfeito para nós, pois traz grande expertise operacional, uma ampla rede de contatos e recursos únicos de ciência de dados, que irão melhorar nossa plataforma e nos ajudar a escalar o negócio mais rapidamente. Estamos entusiasmados com a parceria, pois continuamos acelerando nossa visão de fornecer às empresas e às instituições educacionais no mundo todo a melhor experiência de ensino e aprendizagem online”, afirma Graham Glass, CEO e fundador da CYPHER LEARNING.

A CYPHER LEARNING é a única empresa que fornece um sistema de gestão de aprendizagem para todos os principais setores de e-learning. A empresa tem três produtos premiados: o MATRIX LMS para empresas, o NEO LMS para escolas e universidades e o INDIE LMS para empreendedores. As soluções são utilizadas por mais de 20 mil organizações globalmente e estão disponíveis em mais de 40 idiomas. O mercado global de LMS é estimado em mais de US\$ 21 bilhões. Ainda é muito fragmentado e povoado por empresas de venda por assinatura obsoletas, que não acompanham as necessidades atuais das empresas e instituições de ensino. Este mercado criou significativas oportunidades de crescimento para a CYPHER LEARNING: sua plataforma de aprendizado de ponta continua ganhando terreno devido à experiência do usuário intuitiva, à funcionalidade poderosa e à abordagem inovadora de ensino e aprendizagem.

“O posicionamento sem igual da CYPHER LEARNING no setor e o vasto mercado a que tem acesso, tanto no segmento corporativo quanto no educacional, levou a um grande crescimento que esperamos que aumente rapidamente ao longo dos próximos anos”, complementa Graham Glass.

“A plataforma da CYPHER LEARNING traz diversos benefícios a empresas e instituições de ensino, incluindo sua fácil utilização, consistência no aprendizado, monitoramento e relatórios inovadores, maior engajamento e melhores resultados da aprendizagem. Graham e seu time de líderes criaram uma plataforma de

aprendizagem de excelência com automação inovadora, recursos de mobilidade, sociais e de gamificação que são construídos para escalar e liderar em todos os setores. É uma honra sermos parceiros da CYPHER LEARNING e estamos ansiosos em poder trabalhar com eles para atingir seus objetivos”, diz John DeLoche, cofundador e sócio diretor da Invictus Growth Partners.

13. MOLA

Startup que oferece soluções para correspondentes bancários recebe aporte de R\$ 12 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 5 de novembro de 2021.

O Kinea Ventures, fundo de Corporate Venture Capital do Itaú Unibanco, e sócios da Hix Capital, anunciaram um investimento de R\$ 12 milhões em na Mola, empresa de soluções para correspondentes bancários.

A fintech pernambucana nasceu com o propósito de investir e disponibilizar soluções inovadoras para o setor financeiro e já tinha os sócios da Hix Capital e Walter Sabini, CEO da Hi Partners, como investidores.

Fundada em 2018 pelos empreendedores Robson Portela Pontes, Yuri Notaro e Diogo Barros, a startup desenvolveu uma plataforma tecnológica que acompanha toda a jornada dos correspondentes bancários. Um estudo encomendado pela Mola comprovou que três em cada quatro correspondentes bancários cadastrados no Brasil oferecem operações de crédito, reforçando o potencial de crescimento do setor.

O objetivo do aporte é ampliar a operação, contribuindo com o crescimento das vendas. Para isso, a Mola vai reforçar seu time com novas contratações e investir em tecnologia para desenvolver novos produtos e serviços. A meta é crescer sete vezes até o fim de 2022 com a criação de um ecossistema inovador de crédito capaz de impactar positivamente a vida dos brasileiros.

Uma das principais vantagens da plataforma da Mola é a possibilidade de adição de novos produtos de crédito de diferentes bancos e instituições. Assim,

o correspondente tem à disposição uma grande variedade de produtos para vender e traçar as melhores estratégias comerciais para seu negócio.

“O correspondente bancário é um importante canal para o mercado financeiro, concedendo diversos produtos e serviços às pessoas. Nossa missão é fornecer as melhores condições para que essas empresas possam atender seus clientes com rapidez, eficiência e praticidade”, explica Robson Portela Pontes, CEO e fundador da Mola.

O mercado dos correspondentes bancários está em alta, principalmente com o crescimento do consignado durante o cenário pandêmico. Entre janeiro de 2020 e janeiro de 2021, o volume deste tipo de crédito cresceu 14% no país, impulsionando o mercado.

Além disso, a utilização do FGTS em operações de crédito também evidencia essa evolução. Entre abril de 2020 e agosto de 2021, foram realizadas mais de 7,4 milhões de operações com a antecipação do saque-aniversário do fundo, movimentando R\$ 11,8 bilhões no período. Essa perspectiva faz com que o desenvolvimento de soluções para o setor, com o fortalecimento do canal, seja uma alternativa interessante de investimento para fundos que buscam startups em crescimento.

A Mola é um dos principais players da área e está em um período de significativa expansão. Silvio Santana, ex-Getnet, assumiu como CRO (Chief Revenue Officer) e cofundador. Além disso, desde que remodelou sua plataforma de tecnologia, o número de funcionários praticamente quadruplicou. Já a quantidade de clientes cresceu 23 vezes no período, com mais de R\$ 3 bilhões em propostas registradas pela plataforma.

“O segmento de correspondentes bancários carece de soluções digitais que apresentem usabilidade simples e eficiente, e que auxiliem na jornada completa de seus negócios. A Mola tem endereçado justamente esta lacuna”, explica Philippe Schlumpf, que está à frente do Kinea Ventures. “O time fundador desenvolveu a plataforma com o objetivo de promover uma otimização de ponta a ponta dos processos presentes na rotina dos correspondentes bancários, independentemente

do porte dos mesmos, fornecendo módulos de vendas, de gestão operacional e financeira que viabilizam maior organização e automatização de cada uma destas etapas”, completa Schlumpf, que fez aportes recentes nas startups Monkey, Paketá e Tenchi.

Atualmente, a solução conta com dois pilares. Um deles é a funcionalidade de vendas, capaz de digitar e enviar as propostas ao banco a partir das simulações e economizar tempo do profissional. Há também a voltada para gestão, com um dashboard completo que mostra produtividade e uma visão geral das receitas, comissões, conciliação bancária, demonstrativo de resultados e gestão financeira.

14. H2O.AI

Startup que oferece serviços de Inteligência Artificial na nuvem recebe aporte de US\$ 100 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Segunda-feira, 8 de novembro de 2021.

A H2O.ai, startup de serviços de Inteligência Artificial na nuvem, anunciou sua nova rodada de investimentos série E de US\$ 100 milhões, liderada pelo seu cliente e maior banco da Austrália: o Commonwealth Bank of Australia (CBA). Desde a sua criação, em 2008, a H2O.ai já arrecadou mais de US\$ 250 milhões e está avaliada atualmente em US\$ 1,7 bilhão, tornando-se uma startup unicórnio. Além do CBA, a Pivot Investment Partners se junta também a investidores anteriores como Goldman Sachs Asset Management e Crane Venture Partners. Os investidores existentes incluem clientes e parceiros como Wells Fargo, New York Life e NVIDIA.

Mais de 20 mil empresas, milhões de cientistas de dados e metade das empresas da lista Fortune 500 pelo mundo confiam na H2O.ai como seu provedor de IA. A empresa, que tem sede no Vale do Silício (Estados Unidos) e iniciou sua operação no Brasil em 2020, tem um Net Promoter Score (NPS) de 78 – o mais alto

do setor. O novo capital será usado para expandir parcerias, vendas, marketing e sucesso dos seus clientes globalmente.

“A H2O.ai vem trabalhando em todas as indústrias e em todos os continentes, empoderando seus clientes com superpoderes de IA para enfrentar os gigantes da tecnologia, utilizando a plataforma H2O AI Cloud. Nossa cultura inovadora conquistou a confiança e o amor de nossos clientes e eles lideraram todas as rodadas de financiamento para o crescimento na H2O.ai”, disse Sri Ambati, fundador e CEO da H2O.ai.

“Commonwealth Bank e H2O.ai são motivados pela crença de que podemos transformar e tornar o mundo melhor com a Inteligência Artificial. Esta parceria estratégica entre o líder global em nuvem de IA e o maior banco da Austrália desencadeará o rolo compressor da co-inovação e democratizará ainda mais a IA, com confiança e liberdade. Isto vai ser divertido”, disse ainda o executivo.

Matt Comyn, CEO do Commonwealth Bank of Australia, comentou: “O Commonwealth Bank processa e toma decisões com base em milhões de pontos de dados coletados todos os dias. A AI já nos ajudou a melhorar a experiência do cliente, no entanto, sabemos que existe um potencial inexplorado para fazer mais. O investimento e a parceria estratégica com a H2O.ai estendem nossa liderança em inteligência artificial e, em última análise, aumenta a capacidade do banco de oferecer propostas digitais líderes e reimaginar produtos e serviços aos clientes”.

Andrew McMullan, PhD, Chief Data and Analytics Officer (CDO) do CBA, também falou sobre a parceria: “Trabalho neste campo há 25 anos e esta é a melhor plataforma e produto que tive o privilégio de usar em minha carreira até agora. Estamos comprometidos em melhorar cada uma das 35 milhões decisões que entregamos aos nossos clientes todos os dias – seja por meio de nosso aplicativo, plataforma de banco on-line, agências ou call centers australianos. Para isso, tivemos que encontrar a melhor solução em todo o mundo. Cada experiência que construímos em conjunto com H2O.ai foi significativamente melhor do que aquilo que substituí”. Andrew McMullan junta-se ao Conselho de Administração H2O.ai.

A H2O.ai e o CBA também firmaram uma parceria estratégica para impulsionar ainda mais os recursos de IA do banco australiano, co-criar aplicativos de IA de serviços financeiros com o H2O AI Cloud e trabalhar juntos em iniciativas para melhorar as comunidades e o planeta.H2O.ai

Dinkar Jetley, cofundador e parceiro da Pivot Investment Partners, também fez questão de celebrar a participação na rodada de investimentos: “A Pivot Investment Partners ficou profundamente impressionada com a equipe de primeira linha da H2O.ai, sua lista de clientes em rápido crescimento e a tração que alcançou com sua missão para democratizar a tecnologia de IA. A Inteligência Artificial tem potencial para transformar drasticamente os serviços financeiros e os mercados de seguros, e estamos entusiasmados com a parceria, com o objetivo de acelerar essa transformação em todo o setor”.

A rápida adoção do H2O AI Cloud acelerou o crescimento da empresa. Lançado em janeiro de 2021, o H2O AI Cloud reúne todos os produtos da H2O.ai em uma plataforma única e unificada. Projetado para dar suporte à missão central do H2O.ai de democratizar a Inteligência Artificial, o H2O AI Cloud simplifica a criação de IA responsável em que os usuários possam confiar, operando-a de forma eficiente e inovando com aplicativos de IA pré-construídos. À medida que as organizações continuam a responder às mudanças nas necessidades dos clientes e funcionários na recuperação da pandemia de Covid, elas aceleraram suas jornadas de transformação digital e adoção de IA. A H2O.ai acompanha os clientes em cada etapa de sua jornada de IA para tornar mais fácil para as organizações automatizar processos de negócios, obter novos insights de seus dados e encantar seus clientes e funcionários.

15. DOJI

Startup capta US\$ 3 milhões para transformar o mercado global de produtos usados

NEWSLETTER STARTUPI.

Segunda-feira, 8 de novembro de 2021.

Não é segredo para ninguém que o smartphone virou item de uso essencial nos últimos anos. Mais que isso: nos acostumamos a trocar de aparelho a cada dois, três anos, muitas vezes sem que o celular anterior esteja com algum defeito, deixando-o esquecido no fundo da gaveta. Para os fundadores da Doji, esses eletrônicos postos de lado têm muito valor: afinal, eles podem não só servir a outras pessoas, mas também ajudar a reduzir o impacto ambiental. É por isso que o experiente trio Fernando Montera Filho, Satyen Fakey e Bilal Khan criou a startup, que pretende transformar o mercado global de produtos usados, inspirada em um modelo de bolsa de valores e com forte uso de machine learning.

Nesta semana, a empresa, que começou a operar no Reino Unido no 1º semestre de 2021, anunciou sua primeira rodada de investimentos, de US\$ 3 milhões e liderada pela firma de venture capital Canary. A rodada teve ainda a participação de uma série de instituições, anjos proeminentes e fundadores de unicórnios com experiência em marketplaces, bens de consumo e serviços financeiros. Os investidores adicionais incluem Norte Ventures, 1289 Capital, general partners da Brasil Capital e Shift Capital, bem como anjos como Lucas Medola (CFO do PayPal LatAm), Eduardo Alcalay (CEO do Bank of America Brasil), fundadores da Mobly e senior partners atuais e anteriores da consultoria McKinsey.

Os recursos da rodada estão sendo utilizados para fortalecer a operação da empresa em seu primeiro mercado, o de telefones celulares, mas a ambição da Doji é de ter escala global e atuar em diferentes verticais. “Nossa tese central é que há uma tremenda oportunidade de desbloquear imenso valor econômico e ambiental ao facilitarmos a compra e a venda de bens usados, em uma renovação do e-commerce tradicional”, diz Fernando Montera, CEO da Doji. “Para isso, usamos ciência de dados e tecnologias modernas em modelos de negócios já comprovados há mais de um século, como o das bolsas de valores. Na Doji, temos o compromisso de transformar o e-commerce e permitir que o comprador, o vendedor e o planeta prosperem.”

Como funciona a Doji

Baseada em forte uso de data science, a plataforma da Doji busca otimizar a tomada de decisões por compradores e vendedores de produtos usados, oferecendo preços de produtos atualizados em tempo real e com informações direcionadas a cada usuário. O processo é fácil, confiável e sustentável, e o marketplace pode ser acessado por aplicativos iOS e Android, bem como via web. Na prática, a ferramenta permite que indivíduos e empresas comprem ou vendam produtos usados, verificados pela Doji, diretamente entre si com total transparência e a preços justos, já que tanto a demanda quanto a oferta podem ser vistas em tempo real, de modo semelhante a uma bolsa de valores.

“Só no Reino Unido, há bilhões de libras em telefones celulares usados em gavetas, o que consideramos poder de compra represado”, diz Montera. “Um novo telefone pode custar £ 1.000, enquanto a renda familiar anual estimada no Reino Unido é de £ 30.000. Isso torna a compra de um dispositivo de 1 ou 2 anos de idade — com basicamente a mesma funcionalidade de um modelo mais recente, mas a um custo 30% -50% menor, — uma proposta muito atraente. A oportunidade é ainda maior quando você considera países com PIB per capita mais baixo, que são mercados-alvo naturais para a Doji, não só pela oportunidade, mas também pela experiência da equipe fundadora e da base de investidores”, acrescenta Montera. “Acredito que os consumidores desses mercados teriam grande apreço em recuperar esse poder de compra represado.”

Na Doji, os produtos usados são comercializados de acordo com a sua condição, por meio de classificações fáceis de se entender, e a qualidade é verificada pela Doji, o que fornece confiança instantânea ao comprador. Perfis e imagens de produtos pré definidos permitem que os vendedores publiquem anúncios em segundos, respondendo a apenas algumas perguntas sobre a condição do produto. Eles podem, então, oferecer seu próprio preço de venda, ou optar por vender imediatamente “a mercado”, tomando o maior lance dentre os compradores interessados naquele momento. Em seguida, os vendedores podem enviar os itens vendidos do conforto de seu sofá, usando o serviço de coleta doméstica da Doji.

Do outro lado, os compradores sempre veem o preço mais baixo para o item pesquisado. Caso achem que o valor ainda não é bom o suficiente para uma compra imediata, podem fazer um lance, definindo seu próprio preço de compra, e aguardar até que algum vendedor aceite. Os lances de compra são anonimamente registrados em books de oferta transparentes, proporcionando flexibilidade de se comprar pelo preço e tempo que lhes convém. Ofertas e lances, juntamente com o histórico de preços de transações, são acessíveis a todos os usuários em tempo real. Essa funcionalidade tem dois benefícios: otimiza a descoberta de preços, ao mesmo tempo que resolve o problema de se precificar de maneira justa os itens usados. Assim, como uma negociação simples e muito mais líquida, os produtos usados passam a ter seu ciclo de vida prolongados, evitando assim a manufatura desnecessária de produtos novos e impactando positivamente o meio ambiente com a redução da pegada de carbono, do uso desnecessário de recursos naturais e do descarte prematuro de produtos tecnológicos.

Os algoritmos da Doji usam milhões de dados públicos e privados, para ajudar os usuários a fazerem ofertas e lances mais assertivos, com base no “tempo estimado para o match”, permitindo a melhor execução do negócio (ou seja, a um preço e tempo que melhor se adapte ao usuário). Consequentemente, os usuários passam a ter controle total de suas decisões de compra ou venda, ao passo que sempre transacionam no valor mais justo.

“Produtos usados, como dispositivos tecnológicos, incluindo telefones celulares, evoluíram para um status que poderíamos chamar de commodities modernas. No entanto, ao contrário de commodities tradicionais, como café ou açúcar, a diferença entre os preços de compra e venda desses itens é extrema, prejudicando os consumidores finais e desestimulando a demanda e a oferta”, disse Khan, cofundador da Doji. “Dada a atual fragmentação de oferta e demanda, falta de transparência de dados e assimetria de informações sobre a qualidade do produto e preço, essas commodities modernas são negociadas em mercados descentralizados e com muita fricção, onde comprador e vendedor acabam tendo decisões de transação abaixo do ideal.”

Além disso, a obsessão de nossa geração por produtos novos está custando caro para o planeta. Nossos hábitos estão criando um grande problema, pois a cada ano jogamos fora milhões de dispositivos eletrônicos, que acabam em aterros sanitários e poluem o meio ambiente. “Precisamos cada vez mais defender a economia circular, buscando formas de ajudar os consumidores a reduzir a quantidade de lixo que produzem e o impacto de seu consumo na natureza”, afirma Fakey. “A Doji está empenhada em fazer sua parte na promoção da sustentabilidade, tornando os produtos usados tão valiosos quanto um novo que acabou de sair da loja.”

Fundadores experientes com histórico de sucesso

Fernando Montera Filho, Bilal Khan e Satyen Fakey, se conheceram durante o mestrado na Universidade de Oxford, onde começaram a desenvolver a empresa. Montera, formado em Engenharia Mecânica e Naval pela Escola Politécnica da USP, é um empreendedor em série. No início da década, fundou a Becommerce, startup que foi adquirida pelo Mercado Livre em 2017, onde liderou os esforços de planejamento e inteligência logística entre 2019 e 2020. Depois, ele vendeu sua segunda empresa, Hubster, para uma grande empresa da Califórnia, nos EUA.

Já Khan iniciou sua carreira no Goldman Sachs e possui quase duas décadas de experiência em várias áreas do setor financeiro. Ele liderou investimentos de bilhões de dólares em private equity, growth equity e renda fixa em mercados públicos e privados, em diversos setores da indústria e em quatro continentes. O terceiro cofundador da Doji, Fakey, é um empreendedor experiente, tendo desenvolvido sua expertise em marketing e operações de e-commerce na Trimcraft, empresa que fundou e liderou no Reino Unido, tendo a transformado em um negócio de receita de vários milhões de libras, com uma base global de clientes.

“Depois de resolver problemas complexos em e-commerces, marketplaces e mercados financeiros, a ideia que nos motivou a criar a Doji foi resolver as enormes ineficiências de preços, de informações e de experiência do usuário que existem atualmente nos marketplaces de produtos usados, e fazer isso

aplicando o modelo já validado do mercado financeiro”, diz Montera. “Todos na Doji são movidos por nosso propósito de permitir que os consumidores tomem decisões de compra e venda mais inteligentes para que possam tornar palpável o valor represado de seus produtos usados de uma maneira fácil, transparente e sustentável.”

“Desde as primeiras conversas, a experiência dos founders da Doji sempre nos chamou muito a atenção, não só no mercado, mas também construindo outros negócios. Além disso, nos atraiu sua visão de construir um negócio global, aproveitando oportunidades em diversas geografias. Além disso, nos agrada bastante a forma como eles pensam em destravar e distribuir valor econômico, ao mesmo tempo em que ajudam a reduzir o impacto do consumo na natureza”, afirma Marcos Toledo, sócio da firma de venture capital Canary.

16. LIME

Startup de patinetes elétricos recebe aporte de US\$ 523 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Segunda-feira, 8 de novembro de 2021.

A empresa de patinetes elétricos Lime recebeu US\$ 523 milhões em uma rodada liderada pela Abu Dhabi Growth Fund (ADG), Fidelity Management & Research Company LLC, Uber e certos fundos administrados pela Highbridge Capital Management, LLC, entre outros. Este financiamento permitirá que a startup continue a crescer a partir de uma posição de força à medida que amplia suas e-bike e e-scooter Gen4 líderes do setor, também será para a isenção de carbono do Lime para 2030.

Em 2021, a Lime atingiu quase o dobro de passageiros ativos por mês, fez mais de 250 milhões de viagens, e lidera o setor em vendas na Europa e nos Estados Unidos. A startup é a única operadora americana nos principais mercados europeus, como Londres e Paris, e a maior operadora em ambos os continentes.

No ano passado, a Lime anunciou uma meta para toda a empresa de ser livre de carbono até 2030. US\$ 20 milhões deste financiamento mais recente irão

para o avanço de iniciativas de hardware sustentável e desenvolvimento de uma cadeia de abastecimento de baixo carbono, tudo consistente com o cumprimento das metas do Acordo do Clima de Paris.

“Por meio da escala de sua frota, a eficiência de suas operações e sua capacidade de trabalhar com as cidades, a Lime continua a provar que é o líder global em micromobilidade, disse Dara Khosrowshahi, CEO da Uber. “Todos no Uber ficaram impressionados com a capacidade da Lime de melhorar consistentemente seu balanço patrimonial, e estamos confiantes de que essa equipe de liderança tem a visão e a capacidade de levar o Lime a novas alturas, à medida que as cidades e seus residentes dependem cada vez mais de bicicletas e scooters para locais viajar por”.

“A micromobilidade continua a ter um papel em expansão nas cidades, à medida que os reguladores procuram cada vez mais maneiras de reduzir o congestionamento do tráfego e as emissões de carbono”, disse Greg Najarian, do UBS O’Connor. “A Lime ganhou licenças premiadas nas principais cidades dos Estados Unidos e da Europa, e estamos entusiasmados por apoiar a maior operadora do mercado”.

17. AGRISOLUS

Agtech que leva Inteligência Artificial para granjas e frigoríficos recebe aporte de R\$ 2 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

Especializada em levar Inteligência Artificial pra granjas e frigoríficos, a startup Agrisolus acaba de receber um novo aporte da KPTL, num total de R\$ 2 milhões. Apenas esse ano é o segundo investimento da gestora na companhia fundada em 2016 em Campo Mourão (PR), que multiplicou por 12 seu faturamento, em comparação ao mesmo período de 2020. Além da Agrisolus, os resultados da Laqus e da Agrottools, também ajudam a confirmar o sucesso do Fundo Agro da

KPTL. Hoje as soluções da Agrisolus já estão presentes em quase 600 aviários de 7 Estados brasileiros.

Por meio de sofisticados sistemas de sensores, a Agrisolus capta e transmite informação em tempo real com acuracidade sobre o que está acontecendo em cada propriedade avicultura. Por meio da Inteligência Artificial, o sistema monitora o tempo todo e projeta o que vai acontecer. A tese da nova rodada é criar outras formas de aproveitar ainda mais as informações geradas pelos sensores. A ideia é que essas novas tecnologias sejam desenvolvidas e implementadas ainda no primeiro trimestre de 2022.

Segundo Anderson Nascimento, CEO da Agrisolus, o ano de 2021 tem sido fantástico para a empresa, que já começa a pensar em negócios fora do Brasil. “Todo esse crescimento traz consigo desafios, pois é preciso crescer a estrutura para conseguir suportar esse aumento nas vendas. Do outro lado, já estamos preparando as novidades de 2022, pois a evolução precisa ser constante”, conta.

A nova rodada é motivada pelo excelente resultado até aqui, como conta Leandro Pereira, Head de Fundos da KPTL. “Colocamos um cheque menor no começo para sentir e ao vermos que funciona, aumentamos o investimento. Não é um investimento em fluxo de caixa, para financiar a empresa, mas para ampliar a pesquisa e desenvolvimento de produto. Existe uma oportunidade de aumentar mais de dez vezes o que já faturamos dentro dos contratos que temos”, explica Pereira.

Esse olhar macro da gestora está alinhado a um objetivo maior, de financiar a expansão comercial da companhia dentro de um mercado muito amplo e também para a criação de outros tipos de proteína. Recentemente a gerir uma propriedade que produz perus. Assim, a KPTL se consolida na liderança de inovação na cadeia de produção de proteína, com investidas como a Gestão Agropecuária (GA), Intergado, Cowmed e Ecotrace.

Para Nascimento, o apoio da KPTL neste momento tem sido fundamental. “Este novo aporte nos dará suporte para crescer nosso quadro de colaboradores, melhorar os produtos existentes e lançar novas frentes. Estamos

animados com o nosso momento, e principalmente com a parceria com a KPTL, que nos trouxe além dos recursos financeiros, a governança. O smart money da KPTL tem feito toda a diferença”, conta Nascimento.

Segundo a Embrapa, o Brasil atualmente é o maior exportador e o terceiro maior produtor mundial de carne de frango, com 13 milhões de toneladas produzidas em 2019. Hoje, mais de 150 países compram de nós esta commodity. A indústria brasileira de carne de aves está concentrada nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste do país. Cerca de 60% da produção está concentrada na região Sul, sendo o Paraná responsável por 30% da produção brasileira.

Paranaense, a Agrisolus encontrou no Estado um campo fértil para testar e escalar suas soluções, que contribuem também para o bem-estar animal. “Contribuímos para o acompanhamento da ambiência na questão de temperatura, umidade, CO2 e amônia. Assim, evitamos mortes, tendo um modelo matemático que alerta a possíveis doenças antes de se agravarem e através de alertas de queda de energia, item essencial para a sobrevivência dos frangos”, explica Nascimento.

Outro aspecto interessante é que ao digitalizar o acesso às informações em tempo real é possível poupar também com logística. Isso porque atualmente muitos técnicos supervisores de campo fazem visitas esporádicas e passam pouco tempo in-loco monitorando todos os parâmetros, pois precisam visitar vários armazéns, muitas vezes distantes uns dos outros.

Entre os principais clientes, grandes empresas do setor, como a GT Foods – quarta maior empresa brasileira de avicultura de corte. Outra cliente é a Mantiqueira, indústria responsável pela maior produção de ovos da América do Sul, com 11,5 milhões de galinhas em unidades em Minas Gerais, Mato Grosso e Rio de Janeiro. A Mantiqueira utiliza a tecnologia Agrisolus principalmente para evitar mortes de animais, através de alertas no consumo de água e condições de ambiente.

Outros investimentos do Fundo Agro

Além dos resultados empolgantes da Agrisolus, muita coisa positiva aconteceu em 2021 no portfólio do Fundo Agro da KPTL. De uma maneira geral

foram várias companhias que demonstraram estar “voando baixo” em seus campos de atuação.

A Laqus (antiga Mark2Market) celebra um 2021 impressionante. Em junho recebeu um aporte de R\$ 10,8 milhões liderado pela KPTL, com a Mantiqueira Participações, Tridon Participações e Flávio Jansen, fundador do Submarino e conselheiro da Locaweb. No mesmo mês, a Laqus também recebeu a autorização da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) para se tornar depositária de Certificado de Recebíveis do Agronegócio (CRA). Assim, pela primeira vez, a B3 passou a ter uma concorrente no Brasil.

Segundo Rodrigo Amato, CEO da Laqus, este tem sido “um ano fantástico”. “Foi muito feliz quando começamos nossa empreitada no mercado de depósito pelo agro, pelos CRAs, porque é um mercado com escassez de recursos do governo e com sobras de investidor que querem aplicar. O alinhamento de astros para nós é fantástico. Estamos autorizados, o investidor está querendo comprar, o produtor precisando tomar crédito e nós facilitando esse caminho”, revela Amato.

Atualmente, a Laqus controla mais de R\$ 310 bilhões em suas plataformas, ajudando companhias, já emissoras do mercado de capitais ou não, na gestão de dívidas, aplicações, derivativos e risco. “Esse tem sido um ano fantástico e a perspectiva é que a gente encerre como o melhor da história da Laqus. E com a perspectiva de entrar em 2022 com uma baita tração para performar ainda melhor”, completa Amato.

Apesar dos ótimos resultados, Renato Ramalho, CEO da KPTL, afirma que ainda vem mais por aí. O fundo que ainda está aberto a novos investidores e 3 novas empresas devem receber aportes ainda em 2021. “O protagonismo do Brasil no Agro continua mais forte do que nunca. O conhecimento que a KPTL tem do setor permite termos um olhar muito particular sobre as verdadeiras oportunidades de geração de valor no longo prazo. Já são mais de 13 anos com a botina nos pés”, declara Ramalho.

18. MYWORK

Startup que otimiza a rotina do departamento pessoal de PME's recebe aporte de R\$ 3,5 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

A mywork, startup que otimiza as rotinas do departamento pessoal de pequenas e médias empresas, com soluções para controle de ponto, banco de horas e horas extras, acaba de receber um aporte de R\$ 3,5 milhões em rodada coliderada pelo Fundo Anjo, gerido pela DOMO Invest, e pela ABSeed Ventures. Também participaram da rodada, Bossanova Investimentos, Raio Capital e executivos de empresas de tecnologia como Stone, Cielo, Nubank, XP e Jusbrasil.

Fundada em 2019 pelos amigos Timor Espallargas (ex-Credit Suisse, Capitânia e Cibrasec) e Thomas Carlsen (ex-CMO da Cobli e ex-McKinsey) que se conheceram no MBA da Columbia Business School em Nova Iorque, a startup tem hoje cerca de 1.500 clientes e 20 mil funcionários ativos na plataforma. Entre os principais nomes estão o clube de futebol Grêmio Novorizontino, uma série de unidades da OdontoCompany, Nutty Bavarian, Aramis, O Boticário, Amor aos Pedacos, Bolo da Madre, Imaginarium entre outras marcas.

Agora, a mywork se concentra na aceleração dos investimentos em marketing e desenvolvimento de produtos. “Temos altas expectativas de que, junto com esse grupo incrível de investidores, conseguiremos crescer rapidamente no mercado e trazer, pelo menos, o triplo de leads. Atualmente, oferecemos a melhor solução para controle de ponto, mas queremos expandir rapidamente para controle de férias, gestão de benefícios e folha de pagamento, além de produtos financeiros complementares ao RH. Com isso, temos um objetivo claro de alcançar os 10 mil clientes até 2023”, afirma Thomas Carlsen, sócio e cofundador da mywork.

O controle de ponto on-line resolve três grandes problemas: elimina o alto custo de compra de relógio de ponto físico, o custo de sua manutenção e de sistemas adicionais; facilita o controle de ponto de funcionários externos, como vendedores e aqueles que trabalham em sistema home-office, pois tem uma série

de mecanismos de segurança para garantir a veracidade da marcação; e otimiza o processo de correção de ponto, cálculos de horas e envio para a contabilidade. Dessa forma, gestores e contadores economizam tempo, correm menor risco de ter custos trabalhistas e ainda conseguem minimizar erros que costumam causar excesso de horas extras.

Modelo de negócio

O sistema da mywork funciona em qualquer dispositivo conectado à internet. Em poucos minutos, todos os funcionários da empresa-cliente conseguem se cadastrar e fazer seu registro de ponto, inclusive pelo aplicativo dedicado. A startup cobra a mensalidade com base no número de usuários que batem o ponto. O valor médio varia de R\$ 5,30 a R\$ 12 por colaborador, a depender do tamanho da empresa. O cliente típico tem em torno de 12 funcionários e paga cerca de 90 reais por mês pela plataforma completa.

“A maioria das PMEs ainda faz todo o controle dos funcionários em papel e caneta. É um oceano azul de oportunidades e a mywork apresenta uma série de benefícios em sua plataforma para solucionar esse problema: a usabilidade e a preocupação com a experiência do usuário; o fato de todo desenvolvimento de funcionalidades (tanto as atualizações quanto novidades, lançadas a cada duas semanas, sem custos adicionais) ter como ponto de partida o feedback dos clientes; e o excelente serviço de suporte por telefone, e-mail, chat e WhatsApp”, explica o sócio e cofundador Timor Espallargas.

Franco Pontillo, gestor do Fundo Anjo e sócio na DOMO Invest destaca o potencial da startup e o que a torna especial no mercado: “A mywork tem o objetivo de se tornar uma plataforma completa de soluções para o departamento pessoal das pequenas e médias empresas. Eles trazem uma solução para um mercado gigante que se expande conforme mais empresas buscam meios para deixar o negócio mais eficiente e seguro. Agora, com a perspectiva do aumento do trabalho híbrido nos próximos meses, muitas empresas vão precisar de soluções de controle de ponto alternativo. E aí entra o time da mywork, com seus founders excepcionais, um produto de NPS altíssimo e um mercado de R\$ 40 bilhões”.

19. SETELOC

Startup de gestão e terceirização de frotas recebe aporte de R\$ 15 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

Carros 4x4 que desbravam estradas para fornecimento e distribuição de energia, ônibus para transporte de funcionários de obra pesados e caminhonetes que rodam nas barragens de minas são as especialidades da Seteloc, empresa de gestão e terceirização de frotas que atua, principalmente, nos setores de energia, engenharia e mineração. No ano em que celebra sete anos, a empresa recebeu o aporte de R\$ 15 milhões e triplicou a frota para expandir e continuar atuando nos bastidores do desenvolvimento do País.

“Enquanto aplicativos de motoristas e carros por assinatura são voltados à pessoa física, a nossa missão é sustentar o crescimento do Brasil, com soluções de transporte corporativas customizadas para ajudar as empresas a transformarem o nosso país a partir do fortalecimento da economia”, diz Guilherme Pereira, diretor de negócios da Seteloc.

Com o investimento, a Seteloc ampliou a frota para mais de 1.500 veículos, entre pick ups, hatches, SUVs, ônibus e caminhões implementados. Todos saem do pátio com monitoramento, que permite a coleta de dados como quilometragem, abastecimento, comportamento do condutor e localização em tempo real. O aplicativo SeteApp é a novidade que complementa as soluções, ao conectar o motorista e facilitar o contato para reboque, em acidentes e no checklist para uso do veículo.

Fundada em 2014, na capital mineira, a Seteloc atua em território nacional, com mais de 130 clientes atendidos em 19 estados brasileiros, majoritariamente nos setores de energia (43,2%), construção civil (37,7%) e mineração (14,7%). “Temos um modelo de locação flexível, com soluções de ponta a ponta, tecnologia e foco na prestação de serviço, para agregar e facilitar o dia a dia do cliente, independentemente do segmento”, diz Pereira.

A empresa foi selecionada para o programa Scale-Up, da Endeavor, organização americana com a missão de multiplicar o poder de transformação dos negócios. “Fomos escolhidos pelo forte crescimento e modelo maduro de gestão. Nosso principal foco é na prestação de serviço e na tecnologia, presentes desde nossa cultura e processos internos até os serviços aos nossos clientes, para entregarmos as melhores soluções em frotas” comenta o diretor.

Pandemia impulsiona terceirização da frota e empresa cresce 400%

As incertezas na pandemia e a diminuição da produção das montadoras foram alguns dos fatores que levaram ao aumento da busca por terceirização da frota – e o consequente crescimento de 400% da Seteloc desde o fim de 2019. “Muitas empresas preferiram fazer caixa e vender os ativos próprios e optaram pelos nossos serviços, que têm baixo custo, são flexíveis e personalizados”, observa Pereira.

Com alta demanda, a Seteloc pretende continuar os investimentos na frota e fechar o ano com mais 2.000 veículos locados. “Quanto mais opções modernas e direcionadas às necessidades dos clientes, melhor conseguimos atendê-los e participar ativamente do fortalecimento da economia”, diz o diretor.

20. ISAAC

Startup que moderniza a gestão financeira de escolas privadas recebe aporte de US\$ 125 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

Fundada em 2020 pelos amigos cearenses David Peixoto e Ricardo Sales, o isaac acaba de captar US\$ 125 milhões em uma rodada Série B liderada pela General Atlantic, com participação do SoftBank Latin America Fund e Kaszek. A startup oferece às escolas privadas do país soluções que tornam sua gestão financeira simples, reduzindo o tempo gasto pelos seus mantenedores com burocracia e permitindo que foquem tempo e recursos para prover uma educação de qualidade a milhões de jovens e crianças brasileiras.

O novo aporte chega para reforçar o crescimento exponencial da empresa, que em pouco mais de um ano conseguiu transformar a realidade de mais de 400 escolas em todo Brasil, distribuídas em 23 estados. O isaac atende hoje mais de 160 mil alunos, garantindo mais de R\$ 900 milhões em mensalidades às escolas clientes.

“Apesar do crescimento acelerado, atendemos uma porcentagem ínfima de um mercado gigantesco, formado por mais de 40 mil escolas privadas de educação básica e quase 9 milhões de alunos”, afirma David, CEO da startup. “Hoje estamos digitalizando todo o processo de pagamento de mensalidades das escolas, que, em grande parte, ainda operam baseadas em boletos, muitas vezes físicos, gastando enorme energia e proporcionando uma experiência de pagamentos ruim para os responsáveis. A nossa solução economiza tempo dos mantenedores, que passa a poder ser alocado para atividades mais geradoras de valor”, reforça.

Atualmente, o isaac oferece a essas instituições um produto que operacionaliza todo pagamento de mensalidades e garante o recebimento de sua receita mensal. A plataforma desonera o dia a dia da secretaria ao assumir a gestão de recebíveis, bem como favorece ainda a comunicação e atendimento das famílias. Isso porque a solução do isaac inclui uma interface que facilita a vida das famílias dos alunos, enviando lembretes pré-vencimento e permitindo também o pagamento das mensalidades de forma digital por meio de diversos métodos como Pix, cartão de crédito, boleto ou recorrência.

“O isaac conseguiu inovar ao desenhar um modelo de negócios atrativo e que impacta diretamente a educação brasileira. Ao oferecer a previsibilidade financeira, o isaac permite que as escolas consigam investir em seu crescimento, modernização e digitalização, além de otimizar o tempo dos mantenedores, para que foquem em fornecer educação de qualidade”, conta Martín Escobari, copresidente e head da América Latina para a General Atlantic.

Além de SoftBank, General Atlantic e Kaszek, a startup conta também com um investimento minoritário da Arco Educação, a maior empresa brasileira do setor. A Arco foi a primeira companhia do Brasil a fazer IPO na Nasdaq. Apesar de

um time de acionistas poderoso, os fundadores permanecem com o controle da empresa, estando à frente de todas as decisões de negócio.

21. BEAVER

Startup que automatiza o processamento de documentos usando inteligência artificial capta R\$ 2 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

A Beaver, startup que automatiza o processamento de documentos usando inteligência artificial, atraiu 345 investidores e conseguiu um aporte de R\$ 2 milhões via CapTable em apenas 79 horas. A startup é uma das primeiras de inteligência artificial voltada para o mercado jurídico e desenvolve soluções digitais que desburocratizam os processos que podem dificultar o crescimento das operações das empresas.

Para o CEO da Beaver, Alessandro Allodi, essa rodada de investimentos é muito importante para o desenvolvimento e crescimento da startup fundada em 2019. “Estamos empolgados com essa captação. Temos certeza que a contribuição ativa que os investidores poderão nos proporcionar será fundamental para alcançar um sucesso ainda maior para a Beaver”, afirma o CEO.

Menos burocracias

O serviço de AI oferecido pela Beaver é focado em auxiliar as empresas com a análise e extração de informações documentais. “Mais do que ser uma legaltech, somos uma empresa de tecnologia, uma empresa que cria formas de abordar e processar documentos. A Beaver cria toda a estrutura e processamento da inteligência artificial para abordar a leitura de diferentes categorias de documentos. Após serem criadas, essas tecnologias podem ser colocadas em outras frentes de trabalho, não somente voltadas para o setor jurídico. Com certeza existe o aspecto legal, mas elas podem ser enquadradas nos aspectos regulatórios também”, detalha Allodi.

A startup atua oferecendo duas frentes de serviços para as empresas: o primeiro é o SaaS, que é um produto básico que envolve a extração das informações e a entrega de dados brutos via API (Interface de Programação de Aplicações) ou troca de arquivos. O outro é o SaaS + serviço, que além de extrair as informações, revisa e estrutura os dados para o cliente.

“A Beaver cria a própria tecnologia. Buscamos sempre criar novas tecnologias de inteligência artificial para os clientes, sejam as tradicionais ou as startups, de acordo com sua realidade e dor”, explica o CEO.

O cofundador da CapTable, Guilherme Enck, diz que os aportes na Beaver se devem à confiança dos investidores no mercado que está vertical no país. “O crescimento das startups jurídicas no Brasil é notável, os investidores confiam muito em soluções inovadoras alocadas em mercados com forte tendência de crescimento, como é o caso da Beaver”, afirma Enck.

Essa rodada de investimentos dispôs de um investimento via sindicato, que conta com a Prana Capital como investidores-líderes, que possuem maior experiência no investimento em empresas de alto crescimento. A diferença é que os investidores-líderes irão conduzir a interlocução dos demais investidores com a startup e receber uma taxa de desempenho sobre o lucro desses investidores, caso o retorno sobre o investimento seja positivo.

Plano de crescimento

A startup que teve suas primeiras provas de conceito em 2019, começou em 2020 sua operação em um mercado ainda pouco explorado e que está proporcionando bons resultados às empresas.

Ainda em 2020, a Beaver passou por um programa de aceleração e conseguiu fazer o processamento de 2.500 documentos, alcançando o faturamento de R\$100 mil. Em 7 meses de operação neste ano, a empresa se aproximou do faturamento do ano passado e quadruplicou a quantidade de documentos processados.

Para continuar crescendo, a startup pretende realizar o aprimoramento de soluções para os clientes atuais, além de fazer a captação de clientes nos mercados em que já atuam e buscar novos parceiros em novos mercados.

Uso dos recursos

A captação será fundamental para melhorar a assertividade dos modelos de tecnologia atuais, além da usabilidade da plataforma. Para isso, a startup irá reforçar os times de produto e tecnologia. Além disso, parte do investimento será utilizado para constituir a máquina de vendas.

Alessandro Allodi, ainda reforça que o investimento será fundamental para o desenvolvimento de novos produtos, “Estamos desenvolvendo novos módulos e ferramentas, em mercados muito maiores. Os recursos serão fundamentais para o processo de discovery, desenvolvimento e a expansão desses novos produtos”, afirma Allodi.

Do valor captado, 63% será utilizado no time de tecnologia e no desenvolvimento de produtos. Outros 14% serão destinados a custos de operação e manutenção da plataforma, 11% será destinado a growth e o restante será utilizado para estrutura, partes administrativas, entre outros.

22. ESCOLA DO MECÂNICO

Startup que oferece educação profissionalizante na área de mecânica recebe aporte de R\$ 1 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

A edtech Escola do Mecânico, empresa que gera impacto social todos os dias, recebeu R\$ 1 milhão de investimento da Yunus Investimentos Brasil, organização fundada pelo banqueiro e economista Muhammad Yunus.

O valor será empregado em marketing, canais de aquisição, pessoas, novos cursos e tecnologia, com o objetivo de aumentar a capacidade de impacto. A

startup foi um dos poucos negócios fundado por uma mulher a ser selecionado para receber o investimento.

Em meio a parafusos, torquímetros, macacos, manômetro, alinhador de direção, elevadores automotivos, uma mulher forte e de personalidade. Aos 41 anos, Sandra Nalli é fundadora e CEO da startup. “A empresa existe para democratizar o acesso à educação técnica e profissionalizante na área de mecânica e assim gerar mais emprego e renda, por meio do app *emprega mecânico* e ao estímulo para o empreendedorismo. Sem esse tripé sólido não faria sentido colocar essa ideia em prática. A meta é tornar a Escola do Mecânico referência em impacto social para o setor, e é o que me faz persistir neste propósito”, diz.

A Escola do Mecânico ganhou vida em 2011. Com sede em Campinas, interior de SP, conta com 37 unidades, sendo 10 escolas próprias e 27 franquias espalhadas em nove Estados brasileiros dentre eles (São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Pernambuco, Bahia, Goiás, Minas Gerais e Paraná) – fruto de um projeto de expansão do modelo que surgiu em 2015.

Os planos de crescimento da edtech são ambiciosos. Até o final de 2021, a previsão é engordar a receita em 55% ante os 20% registrados em 2020. Além da escola, o negócio abrange soluções para o mercado de funilaria, pintura e estética automotiva, além de um app que emprega mecânicos. Entre os planos de crescimento e desafios frente à escola, está o desenvolvimento de novos cursos para o setor de reparação automotiva, expansão regional do modelo de negócios para outras regiões brasileiras a exemplo do Nordeste e escalar com velocidade.

“Quero replicar o modelo para países desassistidos e carentes desse tipo de serviço na América Latina, ou seja, de mão de obra qualificada”, afirma a empreendedora que começou a trabalhar nesta área aos 14 anos como menor aprendiz em uma rede de centro automotivos.

Entre as principais dores deste mercado estão a escassez de mão de obra especializada e geração de emprego e renda (*Emprega Mecânico*) e falta de conhecimento do mecânico na gestão para oficinas. “É justamente nessas três

vertentes que atuamos e resolvemos este problema, que não é só local, mas global”.

Hoje com 460 instrutores de treinamento e 296 colaboradores, em 10 anos no mercado, a Escola do Mecânico já formou mais de 30 mil alunos nas linhas leve, pesada e motocicletas e, nos últimos 2 anos, mais de 500 alunos foram empregados via o app “Emprega Mecânico”. Só em 2021, o número de vagas de emprego no app cresceu 56%. “Hoje são mais de 230 vagas mensais cadastradas em nossa plataforma e já empregamos mais de 4 mil alunos”, pontua Sandra.

23. PICSEL

Startup que oferece seguro agrícola recebe aporte da Poli Angels

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 9 de novembro de 2021.

Com o objetivo de democratizar e desburocratizar o acesso ao seguro agrícola com uma plataforma 100% digital, a insurtech Picsel conquistou um aporte de R\$ 384 mil da Poli Angels, grupo de investidores-anjo formado por ex-alunos da Escola Politécnica (USP), depois de investir R\$ 2,2 milhões em 8 startups em 2020, a associação quer dobrar o número de aportes neste ano.

O investimento chega em um momento oportuno para o mercado como um todo, já que em 2021 houve uma seca severa, seguida de duas grandes geadas, causando um prejuízo de R\$ 11 bilhões apenas na safra do milho do Paraná, segundo o Departamento de Economia Rural (Deral) da Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento. Em Minas Gerais, um levantamento da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) mostrou que o estado deveria colher cerca de 23.300 milhões de café beneficiado em 2021, quase 32,6% a menos do que na safra anterior.

Apesar da sua importância, os seguros agrícolas ainda são produtos complexos e com baixa penetração no setor. A Picsel quer mudar essa realidade, já que se estima que há mais de 4,9 milhões de produtores sem esse tipo de proteção

no Brasil, o que corresponde a cerca de R\$ 254 bilhões em crédito rural sem seguro agrícola.

“Optamos por receber o aporte da Poli Angels, que nos possibilitará seguir um caminho de crescimento para nos transformar em uma das principais insurtechs do agronegócio. Nesse momento tão importante em que recebemos o aporte, também acabamos de ser aprovados na segunda edição do sandbox regulatório da SUSEP. Ter acesso ao conhecimento e a rede de networking dos investidores será fundamental para subscrever riscos e levar aos produtores rurais uma nova experiência em seguros”, explica Daniel Miquelluti, cofundador e COO da PicSel.

“Enxergamos muito potencial de expansão na PicSel, já que menos de 20% do mercado de agrícola conta com seguro para reduzir os riscos das suas safras. Ou seja, há uma perspectiva de crescimento exponencial para oferecer soluções digitais para fazendas e empresas agrícolas, assim como para as seguradoras e reguladoras de seguro.”, comenta Mario Humberg, da Poli Angels, que liderou os investidores nesse aporte.

24. FRETE.COM

Novo unicórnio: plataforma de fretes rodoviários recebe aporte de US\$ 200 milhões e passa a valer mais de US\$ 1 bilhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 10 de novembro de 2021.

O transporte rodoviário de cargas acaba de ganhar seu mais novo aliado: o grupo Frete.com. Ele nasce com status de gente grande, após receber aporte de R\$ 1,14 bilhão (US\$ 200 milhões) liderado pelo Softbank e Tencent. Quase uma década depois de sua primeira empreitada no mundo das logtechs, Federico Vega, junto com uma equipe de renomados executivos da indústria de transporte, tecnologia e finanças, acaba de criar o grupo Frete.com.

O aporte será usado para aumentar o número de transportadoras e de caminhoneiros que usam a plataforma, melhorar a qualidade das transações dentro

da plataforma, aumentando a precisão e segurança para os usuários, desenvolver e entregar soluções adicionais que ajudem cada vez mais a otimizar a operação das transportadoras e caminhoneiros, e fortalecimento dos times para suportar esse crescimento, passando de 1.300 para 3.500 colaboradores até o final de 2022.

O grupo surge com a missão de eliminar a ineficiência do transporte de cargas na América Latina, ajudando transportadoras a aumentar a segurança e a produtividade na contratação de caminhoneiros e reduzir os custos diretos e indiretos do transporte. Ineficiência no setor, atualmente, significa capacidade ociosa dos caminhões, falta de segurança e extrema burocracia. Com a rodada, o grupo investirá em produto e tecnologia para melhorar o match entre cargas e caminhões, aumentar a segurança, reduzir a papelada e tornar todo o ecossistema mais sustentável.

O desafio da ineficiência logística

Desde muito jovem, Federico costumava pedalar pela patagônia argentina, onde teve a oportunidade de conhecer de perto as condições difíceis de trabalho dos caminhoneiros. Acabou se especializando no mercado financeiro na Inglaterra e decidiu empreender, com a visão de um dia transformar a realidade desses profissionais. Em 2013, junto com um time experiente no setor, fundou seu primeiro projeto de logtech, escolhendo o Brasil como mercado de atuação, pela sua enorme ineficiência e por ser atualmente o terceiro maior mercado de transporte rodoviário de cargas do mundo.

Acontece que, no passado, os fretes rodoviários eram negociados em postos de combustível ou terminais de carga, muitas vezes sendo anunciados aos gritos. Caminhoneiros tinham receio de deixar o local de anúncio das cargas, por medo de perder os melhores fretes. “Quem não estivesse no lugar certo, na hora certa, perdia um bom negócio. Com esta situação, os caminhoneiros rodavam com 40 a 60% de sua capacidade ociosa, gerando impactos financeiros e ambientais no transporte de cargas” comenta Vega.

O modelo do grupo Frete.com se baseia em reduzir a ineficiência da relação entre as transportadoras e os caminhoneiros. Isso é possível através da

digitalização, ou seja, usando a tecnologia para conectar cargas das transportadoras a caminhões com eficiência e precisão, revertendo o cenário atual de burocracia, insegurança e lentidão.

Federico afirma que “tornar a capacidade ociosa mais acessível gera uma economia de até 25% nos custos do transporte”. Outras soluções oferecidas pelo grupo, como crédito para capital de giro, ajudam a reduzir os custos operacionais e a ampliar a operação das transportadoras. Caminhoneiros, por sua vez, incrementam seu lucro em até 50% ao acessar e negociar os fretes com mais eficiência.

“Temos orgulho de investir no Frete.com porque entendemos que a empresa traz soluções inovadoras para um mercado gigantesco, com grande demanda por digitalização e melhores serviços”, afirma Carlos Medeiros, sócio de investimentos do SoftBank Latin America Fund. “Já investimos em logtechs nos principais mercados do mundo e vemos um grande potencial no setor. Estamos muito confiantes na nossa parceria com o Frete.com na América Latina”, completa Medeiros.

A Reinvent Capital também está investindo no Frete.com. De acordo com Reid Hoffman, fundador da rede profissional LinkedIn e conselheiro da Reinvent, “o poderoso efeito de rede do Frete.com e a liderança de mercado criam uma oportunidade única de investir em uma solução que está transformando substancialmente o setor de logística na região”.

Na opinião de Scott Sobel, Sócio-Diretor do Grupo Valor Capital, “o Frete.com continua atraindo investidores de classe mundial para ajudar a acelerar ainda mais sua plataforma, já que o grupo foi o pioneiro e mantém sua posição de liderança na digitalização do enorme setor de transporte rodoviário de cargas. Além disso, possui uma equipe extraordinária focada na execução e que está entregando soluções reais para caminhoneiros, transportadoras e toda a comunidade”.

O grupo Frete.com é composto por três empresas: a FreteBras, que é atualmente a maior plataforma de fretes da América Latina, conectando transportadoras e caminhões digitalmente. A FretePago, nova fintech do grupo

focada em pagamento e recebimento de fretes, através de uma conta digital. E a CargoX, empresa que atua de forma independente das operações anteriores e que dedica seus esforços em oferecer um pacote completo de serviços para transportadoras, como oferta de crédito para capital de giro, emissão de documentação, seguro de carga e rastreamento de caminhões. Vale ressaltar que a CargoX deixou de focar em soluções para embarcadores nos últimos anos e passou a direcionar seus esforços para ajudar transportadoras a digitalizar a operação de seus fretes.

Um novo gigante tecnológico dos transportes rodoviários

O grupo Frete.com processa, atualmente, mais de R\$ 100 bilhões em transações, R\$ 2,5 trilhões em valor de mercadoria transportada e cresce a um ritmo de 90% ao ano. Ao melhorar a eficiência do setor, o grupo tem gerado anualmente uma redução na emissão de 20 milhões de toneladas de CO2 na atmosfera, o dobro das emissões do Panamá e 4 vezes o volume emitido pelo Uruguai. O grupo conta, também, com 615 mil caminhoneiros cadastrados e ativos, o que representa 40% da frota de caminhões do Brasil e 80 mil usuários que publicam cargas mensalmente. Os aplicativos do grupo somam mais de dois milhões de downloads e a cada mês 1,7 milhão de transportes são realizados, cobrindo 5,000 cidades brasileiras. A plataforma soma 50x mais acessos do que os principais concorrentes somados.

25. ZAK

Startup de gestão de restaurantes recebe aporte de R\$ 80 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 10 de novembro de 2021.

A ZAK, plataforma de gestão All-in-One para digitalização e empoderamento financeiro de restaurantes, recebeu um aporte Série A de R\$ 80 milhões (US\$ 15 milhões), liderado pelo fundo Tiger Global, líder mundial em investimentos tecnológicos. A rodada contou também com a participação dos fundos Valor Capital, Monashees, Base 10 e Canary.

A Digital Restaurant Platform é a única empresa do mercado de Food Service que oferece soluções digitais e financeiras integradas em um sistema único, moderno, fluído e com custo fixo zero. Oferecendo tudo o que um restaurante precisa, desde registros de pedido de salão (PDV) e vendas online, até o back-office e pagamentos, além de ser diretamente integrada com agregadores, como iFood, Ubereats e Rappi. “Ela foi construída por um operador, para operadores”, diz David Grandes, cofundador e coCEO da ZAK.

Este aporte permitirá à empresa expandir seus esforços de Go to Market, melhorando a eficiência e a escala de vendas e distribuição. A ZAK está atualmente estabelecida em centenas de restaurantes em São Paulo, e com o investimento, espera também crescer e expandir significativamente para outras cidades como Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Campinas, Brasília e Salvador. A meta da empresa é processar R\$ 350 milhões por mês em volume total de pagamentos (TPV) até o final de 2022.

Além disso, a ZAK conta com um time com mais de 170 pessoas e espera dobrar seu número de funcionários até o final de 2022. E, principalmente, o investimento permitirá ainda que a empresa forneça uma plataforma All-in-One cada vez mais completa, incluindo serviços como Customer Relationship Management (CRM) e Marketing Automation (automatização de tarefas de marketing digital). Por meio de dados qualificados, os restaurantes serão capazes de aumentar sua presença no canal omnichannel.

Fundada em 2018, a ZAK se originou dentro de outra empresa, a Mimic, uma Dark Kitchen especializada em produzir comida em escala com vendas em canais on-line. Como empresa independente, chegou para resolver diversas dores do mercado, e otimizar a operação de entrega, tudo por meio de soluções inovadoras. “Utilizamos tecnologia de ponta para digitalizar e empoderar o setor de Food Service”, completa Grandes.

Por trás da ZAK estão dois equatorianos, apaixonados pela indústria de restaurantes. David Grandes e Andres Andrade são amigos de infância e, juntos, fundaram e comandam a startup como coCEOs. Grandes possui larga experiência

em tecnologia, com passagens por empresas de alto renome, entre elas Tripadvisor, OLX e Restorando. Já, Andrade, tem vivência global nas áreas financeira e estratégica. No Brasil, conheceram Marina Lima (ex-Printi e Pátria Investimentos), que ocupa o cargo de Chief Revenue Officer (CRO), na ZAK, e faz parte do time de fundadores desde a fundação da Mimic.

“Integrar sistemas por meio da tecnologia é o futuro de muitas indústrias. Além de oferecer um produto global pensado em empoderar restaurantes, a ZAK tem uma equipe diferenciada com uma visão única do mercado de restaurantes no Brasil e provaram que podem oferecer soluções inovadoras para os principais desafios do setor”, diz John Curtius, Sócio da Tiger Global.

Com o avanço da tecnologia, a transformação do setor de Food Service era inevitável. Diante do impacto do novo coronavírus, os restaurantes se viram forçados a ceder ao processo de modernização e digitalização e precisaram se reinventar para sobreviver. “Restaurantes exigem uma operação extremamente complexa e é preciso pensar em soluções que tragam mais receita e tornem essa operação mais eficiente, enquanto entregam uma experiência incrível aos consumidores”, explica Andrés Andrade, cofundador e co-CEO da ZAK. “Queremos empoderar os restaurantes, conectando toda a cadeia de gestão e agregar valor ao mesmo tempo. Isso inclui, por exemplo, possibilitar o fim de taxas fixas de PDV, SAAS (Software)”, completa.

Por meio de uma plataforma única e com base em dados sobre as vendas, custos operacionais e execução, a startup busca oferecer aos restaurantes as melhores soluções digitais com custo zero, unidos aos melhores serviços financeiros oferecidos pelo mercado. “A ZAK é o Toast da América Latina”, afirma Andres. As transformações recentes exigiram também uma comunicação direta com o consumidor. Pensando nisso, a ZAK criou uma solução que viabiliza aos restaurantes um canal direto e whitelabel, já com logística e pagamento integrados.

26. DIVIBANK

Plataforma de financiamento de campanhas de mídia e marketing digital recebe aporte de R\$ 28 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 11 de novembro de 2021.

A Divibank, fintech nascida em 2020 com o objetivo de ajudar outras empresas a crescer por meio de sua plataforma que une inteligência e capital, recebeu novo aporte financeiro de R\$ 28 milhões.

Com foco em relações de longo prazo e recorrência de investimentos, o montante captado junto à Goldfinch – especialista em investimentos baseados em criptomoeda – será usado pela startup para expandir seus financiamentos para os clientes da casa e para ajudar novos clientes a atingirem patamares mais altos com suas empresas.

A Divibank está construindo o banco de investimentos da próxima geração para negócios digitais, e a parceria com a comunidade Goldfinch é um passo importante nas suas ambições de crescimento. A tecnologia inovadora e o movimento de Finanças Descentralizadas (DeFi) por trás dos aportes da Goldfinch está alinhada com o objetivo da Divibank de estar na vanguarda de alternativas inovadoras de financiamento e o futuro da Web3.

O anúncio da nova rodada de investimentos vem na esteira do fechamento de outubro – mais um mês de quebra de recordes da Divibank, que cresce, em média, 34% ao mês desde o início das suas operações, triplicou sua receita nos últimos seis meses e aumentou o volume de financiamentos em mais de 10x em 2021.

Além do esforço constante de captar novos clientes, como plataforma de aceleração, a startup tem uma enorme preocupação em construir relações duradouras com sua carteira de parceiros. Isso se reflete também nos números, com mais de 72% dos novos pedidos de investimento sendo feitos por empresas já clientes da fintech. O novo aporte liberado pela Goldfinch se soma aos outros R\$ 20 milhões captados no início de 2021 junto à Better Tomorrow Ventures.

Todo esse cenário favorece a Divibank, mas também é uma ótima notícia para as empresas que contam com a fintech para investirem em marketing digital. Companhias como Dr. Jones, SIGECloud, Foodz e Senior Concierge já são clientes recorrentes da fintech e usam o crédito cedido pela Divibank para expandir a abrangência de seus negócios, conquistar novos clientes e aumentar seus faturamentos. Esses e outros financiamentos recorrentes ajudaram a triplicar a receita líquida da Divibank nos últimos oito meses.

“Nosso sucesso está diretamente ligado ao crescimento de nossos clientes. Neste momento de retomada, é essencial que as empresas tenham acesso a capital rápido e com precificação justa, para acelerar ainda mais esse crescimento”, afirma Jaime Taboada, CEO da Divibank.

O novo aporte chega também para potencializar os investimentos na retomada econômica pós-pandemia. Com as empresas querendo recuperar as oportunidades perdidas durante o isolamento e o público desejoso por voltar a consumir, a Divibank quer ser protagonista deste momento, democratizando o acesso a capital.

27. T10

Tribanco faz investimento em empresa que promove a transformação digital

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 11 de novembro de 2021.

O Tribanco, empresa de soluções financeiras voltada ao varejo e que pertence ao Grupo Martins, anunciou um investimento na T10. Com DNA digital, a empresa nasceu em 2019, ganhando inclusive dois desafios de Open Innovation nacionais, e depois, identificando uma dor de diversos setores, evoluiu sua atuação para duas vertentes: engenharia de software e ciência de dados. Os valores da transação não foram divulgados.

A T10 promove a transformação digital em empresas de diferentes setores da economia, auxiliando-as no desenvolvimento de produtos digitais, com

soluções fornecidas por meio de tecnologias modernas e escaláveis, com consultoria em estratégia de dados, trazendo inovação e expertise para todos os clientes. “Desde agosto de 2020 fizemos parcerias em projetos, com desafios técnicos, e logo percebemos a sinergia que havia entre as duas empresas, com muitas oportunidades de negócios. Vimos na T10 um enorme potencial de melhoria em nossas soluções com os clientes, acelerando nossa transformação digital e execução do plano estratégico”, afirma Camila Martins, Gerente de Estratégia e Novos Negócios do Tribanco.

Com atendimento a clientes como Shopper, GVC Rodobens e Souza Cruz, o faturamento entre 2019 e 2020 cresceu seis vezes, e para 2021 a previsão é de crescer mais seis. “Houve uma sinergia clara, pois, sempre nos baseamos num diálogo aberto, sempre nos sentimos confortáveis de colocar nossos desejos e nossos receios, tudo sempre foi muito bem atendido e o Grupo tem uma reputação sólida com outros empreendedores e no mercado. O casamento de valores e da forma de fazer negócio sempre tornou tudo muito natural o que se refletiu no tempo recorde para o primeiro deal, pouco mais de um mês de conversas e a segunda rodada já acontecendo um ano antes do esperado, motivada principalmente pelo bom desempenho da parceria e a confiança desenvolvida”, conta Yann Machado, CEO e fundador da T10.

Agora, com a força do Tribanco e do Grupo Martins junto à T10, a ideia é abrir outras frentes à tecnologia de mercado e à carteira de fornecedores. “Temos um grupo sólido com várias empresas que são um celeiro de desafios técnicos, que nos entregam novos clientes, diversas oportunidades de negócio nas empresas, fornecedores de confiança e toda a experiência de um grupo com quase 70 anos de empreendedorismo. Do nosso lado, conseguimos ajudar as empresas a se digitalizarem de maneira mais eficiente, acelerar as frentes de engenharia de software e ciência de dados, que são nossas especialidades. Um outro objetivo que vislumbramos é ajudar o Grupo a desenvolver algumas características na cultura que são mais próximas da nossa, como a mentalidade ágil e lean, a cultura dev para as áreas técnicas, mentalidade de desenvolvimento de produtos digitais e também

fortalecer os movimentos que já existem ligados a diversidade”, complementa Machado.

O movimento das empresas demonstra abertura para a inovação e parcerias mais estruturadas. Além disso, o Tribanco e a área de novos negócios da empresa, continua olhando para novas possibilidades que envolvem também investimentos em startups, que atuem em áreas como cibersegurança, open banking, seguros, gamificação, fidelidade e programas de relacionamento com os clientes, e o que pode envolver a estruturação de um veículo de corporate venture capital.

28. FEN

Plataforma que une marcas, influenciadores e consumidores recebe aporte de R\$ 1,7 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 11 de novembro de 2021.

Unir marcas, influenciadores e consumidores em um só lugar, gerando valor para os três personagens principais desta história: este é o objetivo da fen, plataforma que funciona como marketplace, com cara de rede social. Fundada por Vinicius Miranda, Ana Guimarães e Lincoln Araújo, a empresa de social commerce acaba de captar R\$ 1,7 milhão, liderado pela firma de venture capital Canary e que contou com a participação do Latitud e de investidores-anjos como Robson Privado, cofundador do MadeiraMadeira.

“A complementaridade e a ambição dos fundadores da fen nos impressionaram muito. Os três entendem muito deste mercado e de tecnologia, e têm tudo para construir uma plataforma capaz de conectar milhares de influenciadores pelo País a marcas e consumidores, e agregar valor para as três partes”, afirma Marcos Toledo, managing partner do Canary.

De acordo com o Latin America Digital Transformation Report, estudo do fundo de venture capital Atlântico divulgado em setembro de 2021, um a cada três internautas na América Latina segue algum influenciador e mais de 40% dos

brasileiros já compraram um produto por influência de um criador de conteúdo. No entanto, em uma pesquisa com mais de 5 mil influenciadores no País, metade disse ganhar menos de US\$ 100 por mês e um quarto não tem nenhuma receita com a atividade.

“A fen valoriza e gera renda para o criador de conteúdo. Ele é muito mais do que um manequim: ele muitas vezes leva informação e cultura a seus seguidores. Na plataforma, os produtos que os influenciadores usam podem ser comprados, com poucos cliques”, explica o fundador e CEO, Vinicius Miranda. “Para as marcas, é uma forma de alcançar mais visibilidade e de atingir públicos bem direcionados, trabalhando com ferramentas de tecnologia de ponta. Já para o consumidor final, a fen resolve aquele velho problema de olhar para algum objeto e ficar se perguntando onde comprar um igual ou como vivenciar aquela experiência, além de ser também um canal de entretenimento”.

Na prática, os posts dos influenciadores contam com produtos que podem ser adquiridos. Uma vez que o usuário faz uma compra, a etiqueta já pode ser gerada dentro da plataforma, de modo que a marca só precisa postar o item nos Correios e, futuramente, em outros parceiros logísticos. O consumidor recebe o código de rastreio pela ferramenta e só precisa esperar o produto chegar no conforto da sua casa. A experiência vem respaldada pelo bom desempenho da fase de testes da Fen nas últimas semanas, com métricas

Da ideia ao time fundador e construção do produto

A ideia partiu de Miranda que, desde a faculdade, tinha vontade de empreender. De uma família de classe média carioca, Miranda jogava tênis com o sonho de ser profissional e conseguiu uma bolsa de estudos na University of Northwestern Ohio, nos Estados Unidos. Na volta, foi trainee do banco Santander e trabalhou na tesouraria até chegar à Pi, onde começou a ter mais contato com tecnologia, incentivado por Roberto Campos Neto (atual presidente do Bacen), seu mentor à época. Neste período, no começo de 2019, já começou a idealizar como seria a fen e a estudar o mercado – percorrendo a pé regiões tradicionais do comércio de São Paulo, como Brás e Bom Retiro, e chegou a participar de cursos

para influenciadores. No mesmo ano, aceitou um cargo de Product Manager na Quanto, de onde saiu para finalmente colocar a fen de pé, em 2020.

Foi na Pi também que Miranda conheceu Araújo, que atuava como líder de tecnologia de uma equipe. Do interior de São Paulo, Araújo também vinha querendo empreender há bastante tempo e viu de perto como a transformação digital estava impactando o sistema bancário no Santander e na Pi, e havia muitas oportunidades e problemas a serem resolvidos com tecnologia.

Já Ana conheceu Miranda por amigos em comum, e acabou por embarcar na fen antes mesmo de Araújo. Pós-graduada em Gestão e Marketing pela ESPM, encontrou este universo de influenciadores quase que por acaso. Na instituição, fez amizades com algumas pessoas que foram pioneiras na criação de conteúdo no Instagram e no YouTube, e volta e meia ajudava marcas a se conectarem com os influenciadores. Depois, trabalhou na curadoria do evento itinerante GoShop, onde se relacionava com mais de 500 marcas.

Os recursos do investimento estão sendo direcionados para a construção do produto. Hoje, uma equipe de 15 profissionais trabalha na empresa. Antes de investir em comunicação para atrair usuários, o foco está em deixar a ferramenta mais robusta e atraente. “Estamos fazendo um produto resiliente, que aguenta muitos acessos, construindo os fundamentos para crescer de forma bem sólida em 2022”, diz Miranda.

29. NOMO

Operadora móvel digital recebe aporte de R\$ 14 milhões liderado pela Iporanga Ventures

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 11 de novembro de 2021.

Com a ideia de oferecer um serviço melhor e mais barato, a operadora móvel digital Nomo estreia no mercado brasileiro de telecomunicações neste mês. A startup acaba de receber um investimento, de aproximadamente R\$ 14 milhões, liderado pela gestora Iporanga Ventures e acompanhado pela Norte Ventures.

Fundada em março deste ano, a Nomo nasceu com a missão de acabar com a dependência e o controle das operadoras que comandam o mercado de telecomunicações brasileiro há décadas. Isso porque o Brasil tem hoje mais de 246 milhões de contas de telefonia móvel e 98% das linhas do país estão concentradas nas mãos de apenas três empresas.

Com o montante recebido, a Nomo vai investir ainda mais em tecnologia, produto e marketing. “Nós queremos construir a melhor experiência com a melhor marca. Já temos um produto redondo, e o apoio dos investidores é, sem dúvida, reflexo da confiança nesta aposta. Queremos algo que seja perene e se mantenha relevante e focado no cliente por muitos e muitos anos. Nossa aposta vai além do momento de alta liquidez de mercado”, reforça Henrique Garrido, CEO da startup.

“Nossa percepção é que as pessoas andam em círculos entre as mesmas empresas, que no fim, são todas muito parecidas. Faltava uma alternativa, uma operadora que conseguisse fazer algo moderno, que falasse a língua do consumidor e que compreendesse suas reais necessidades”, comenta.

Grande parte do serviço hoje ofertado pela operadora digital foi concebido a partir da interação com potenciais consumidores, abordados sobre o que gostariam de encontrar em uma operadora de telefonia. Como resultado, a startup oferece agora uma experiência facilitada, com serviço a um preço competitivo e total autonomia do cliente para contratar, ajustar ou cancelar pacotes a qualquer momento, tudo pelo aplicativo.

Para Garrido, a transformação efetiva dessa indústria só será possível com um passo para além de tudo que já está posto. “Queremos reconstruir grande parte dos sistemas que hoje sustentam uma operadora de telefonia. É o que temos feito desde o dia 0, com o desenvolvimento de um software próprio. Acreditamos que essa visão revolucionou o setor financeiro e é exatamente o que pretendemos fazer junto ao setor de telecom”, completa.

A operadora tem seus primeiros chips na rua, atendendo a uma parte de sua fila de espera, que hoje já conta com mais de doze mil clientes. Apesar da cobertura nacional, o início da operação tem se dado em São Paulo, na capital,

principalmente. Em janeiro, a operadora digital deve expandir sua carteira, atendendo a todos que almejam tornar-se cliente Nomo.

A Nomo é uma iniciativa não apenas de Garrido. Para a empreitada, outros três colegas de longa data se juntaram ao desafio, tornando-se também cofundadores: Gabriel Lima é quem cuida do Produto, Marcos Augusto é o responsável pelo time de Tecnologia e Dados e Pedro Geneze lidera as frentes de Marketing e Growth. Em comum, os empreendedores carregam expertise nas áreas de inovação e tecnologia e passagens pela Stone, onde se conheceram. “Montamos a equipe pensando no melhor time possível, com pessoas que já viveram a experiência de fazer uma empresa do zero ao IPO. São profissionais com experiências complementares e que sabem quão duro é tirar uma empresa do papel, montar sua operação e escalá-la”, reforça o CEO. Além dos quatro fundadores, a startup conta hoje com um time de mais de 15 pessoas.

Renato Valente, sócio da Iporanga Ventures, vê um cenário perfeito se formando. “O mercado é gigantesco e ainda muito concentrado. É clara a insatisfação do consumidor, tanto que cerca de 130 milhões de linhas mudam de operadora todos os anos. A regulação também mostra sinais de avanço e estamos diante de um grande salto tecnológico com a chegada do 5G”, destaca. “Além de tudo isso, encontramos um time que, apesar de vir de outros setores, tem uma experiência que até pouco tempo não existia: são empreendedores que vivenciaram a construção de empresas de tecnologia e sentiram na pele a complexidade que é escalar uma companhia, como ocorreu com a Stone. Sem dúvida alguma, isso foi determinante para a decisão de investimento na startup”.

30. SLEEPUP

Startup que oferece terapia digital para insônia recebe aporte de R\$ 2 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 11 de novembro de 2021.

A SleepUp, healthtech fundada pelas irmãs Renata Bonaldi, engenheira, e Paula Redondo, cientista da computação, acaba de receber um aporte de R\$ 2

milhões dos grupos de investidores GVangels, Aimorés, Poli Angel, Sororit , Jupter, e 4 executivos, para ajudar na missão de democratizar o tratamento de insônia por meio de uma soluço digital, acessível e eficaz.

A startup é a primeira terapia digital para insônia a receber a aprova o da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). Por meio de aplicativo, disponível para IOS e Android, a SleepUp utiliza terapias digitais comportamentais e cognitivas baseadas em psicologia e medicina do sono (como, por exemplo, a Terapia Cognitivo-Comportamental para Ins nia – TCCi), além de recursos de relaxamento e medita o.

A plataforma conta também com atendimento de especialistas por meio de telemedicina por vídeo e chat, além de dashboards na web para o acompanhamento de médico ou psicólogo. Para Angélica Nkyn, líder do investimento pela Sororit , comunidade de investidoras-anjo executivas que apoiam as Female Founders, “a startup se destaca por ser disruptiva e pioneira em ‘medical device’, além do fato de ser liderada por mulheres, que foram critérios para confirmar nosso investimento na plataforma”.

A soluço da SleepUp atua na jornada inteira do paciente que sofre de distúrbios do sono, resolvendo uma grande dor das pessoas atualmente. “Tenho mais de 15 anos de experiência na área de inova o e a oportunidade foi identificada durante meu MBA na Inglaterra, onde eu estudava o uso de tecnologias vestíveis para o tratamento de doenças cr nicas”, revela Renata, fundadora e CEO da healthtech. Ainda segundo a executiva, foi durante suas pesquisas que o distúrbio do sono apareceu em primeiro lugar entre as queixas dos pesquisados. Essa dor do mercado foi também onde os investidores viram um nicho com bom potencial de mercado e escalabilidade.

“Esse mercado cresce mais de 20% ao ano e tem atraído investidores no mundo todo. A terapia digital melhora a jornada do paciente e o desfecho clínico, e está alinhada com as tendências de medicina de precisão e medicina personalizado”, diz Roberto Ribeiro da Cruz, investidor líder pela GVangels. Nesse mercado, a SleepUp se destaca como pioneira no Brasil.

“Investimos em startups ainda em estágio muito inicial, nosso olhar é 100% voltado para pessoas e temos certeza que com o time de founders da Sleepup vamos impactar positivamente a noite de sono de milhões de pessoas no mundo”, complementa Natan Sztamfater, investidor pela Aimorés.

O panorama da insônia no Brasil

Segundo pesquisa da Associação Brasileira do Sono (ABS), 73 milhões de brasileiros sofrem de insônia. Em grandes cidades, como São Paulo, em que o ritmo de vida é muito agitado, os índices são ainda mais altos. Dados do EPISONO (Estudo Epidemiológico do Sono), do Instituto do Sono, revelam que 45% da população paulistana se queixa de insônia ou dificuldade para dormir. Em outra pesquisa realizada pela Euromonitor, 30% das pessoas estão insatisfeitas com as soluções atuais e 50% ainda buscam por novas soluções.

O quadro se intensificou ainda mais durante a pandemia de Covid-19. No Brasil, de acordo com um estudo do Ministério da Saúde realizado com mais de 2 mil pessoas, 41,7% apresentaram algum distúrbio do sono após o início do isolamento, o que acelerou a adoção de soluções digitais na saúde e as terapias digitais, classificadas como Software as Medical Device – SaMD, passaram a receber grande destaque internacional. Alvaro Taiar, que liderou o investimento pela Poli Angels, destaca que “houve um aquecimento muito relevante do mercado de healthtechs durante a pandemia, o que também contribuiu para que aumentasse a procura de investidores por soluções inovadoras neste segmento”.

Terapias digitais, são conhecidas como Digital Therapeutics (DTx) e são definidas como “intervenções terapêuticas baseadas em evidências, conduzidas por programas de software de alta qualidade para prevenir, gerenciar ou tratar um distúrbio médico ou doença”, segundo a Digital Therapeutics Alliance.

O aplicativo traz módulos gratuitos e pagos. A versão disponível gratuitamente dá acesso ao diário do sono, onde o usuário pode registrar a qualidade e a duração das noites dormidas, eventual uso de medicação, além de dicas de vida saudável, um teste clínico e relatórios diários sobre tratamentos. “Oferecer uma versão sem custo, em meio a um mercado extremamente elitizado,

democratizando o acesso ao tratamento da insônia, potencializou a decisão de investir nesta iniciativa”, conta Nima Kaz, líder da Jupter.

Com o aporte, a startup mira agora o crescimento no mercado B2B e a internacionalização da marca. Entre os potenciais clientes estão farmacêuticas, operadores e prestadores de saúde e saúde corporativa. Para o futuro próximo, a SleepUp trabalha com projetos de desenvolvimento de algoritmos e Internet das Coisas para o monitoramento do sono, bem como inteligência artificial, visando focar cada vez mais em medicina personalizada e de precisão. Pretende também internacionalizar sua terapia digital para a América Latina, Europa e Estados Unidos, onde busca a validação clínica e regulatória.

31. CODECOAST

Startup recebe investimento para democratizar o uso de Realidade Aumentada no e-commerce

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 12 de novembro de 2021.

A necessidade de vender on-line durante a pandemia fez com que o mercado de e-commerce desse um verdadeiro salto em 2020, com movimentação de R\$ 126 bilhões e crescimento de 68% ante o ano anterior, segundo a ABComm. No entanto, o boom também fez o consumidor se perguntar: “E a experiência de provar ou testar o produto antes da compra?”. Nesse contexto, surgiu a CodeCoast, startup voltada para Realidade Aumentada, que tem como um de seus principais propósitos democratizar o uso da tecnologia no mercado de e-commerce brasileiro.

Fundada em setembro de 2020 pelos empresários Marcelo Dóro e Caio Biel, a startup busca, por meio da Realidade Aumentada e da computação gráfica, facilitar a vida de empreendedores na venda de produtos on-line e já conta em seu portfólio de clientes grandes marcas como Coteminas (MMartan e Artex), Cavaletti, Móveis Gruber e Breton.

“O consumidor final está ficando cada vez mais criterioso no momento de efetuar a sua compra on-line, buscando experiências inovadoras e ferramentas

que auxiliem na assertividade de sua decisão e é por isso que acreditamos que qualquer e-commerce, independentemente do tamanho e segmento, pode fazer uso dessa tecnologia”, destaca Marcelo Dóro, CEO da CodeCoast.

Com o modelo Software as a Service, a startup trabalha com remuneração pontual ou mensal, onde o cliente faz o investimento no setup do projeto e uma receita recorrente mensal para a utilização da plataforma. “Participamos de todo o processo de digitalização 3D dos produtos dos nossos clientes, desde o levantamento dos requisitos, projeto, desenvolvimento e implantação, até o suporte e manutenção de longo prazo”, explica o COO da startup, Caio Biel.

Realidade Aumentada em expansão

Apenas o mercado de Realidade Aumentada deve movimentar cerca de US\$ 8,8 bilhões neste ano e alcançar a marca de 21 bilhões de dólares em 2024. Com suas soluções e investimento próprio, a CodeCoast vem crescendo, em média, 30% ao mês. Para expandir o negócio, a startup realizou sua primeira captação por meio de financiamento coletivo na plataforma de crowdfunding da SMU. Em menos de 48h, a empresa bateu a meta de R\$ 500 mil em reservas. No modelo, os investidores fizeram aportes mínimos de R\$ 3 mil em troca de 10% de participação na startup.

Com os recursos levantados, a CodeCoast projeta utilizar o investimento para impulsionar seu crescimento no mercado nacional e internacional. “O mercado de Realidade Aumentada no Brasil ainda é pouco explorado, o que nos deixa em um oceano de oportunidades e crescimento. A captação vai nos ajudar nessa fase inicial de expansão, captação de novos clientes e democratização da realidade aumentada para o e-commerce brasileiro”, finaliza Ismael Nascimento, CTO da startup.

32. LABENU

Startup focada na inclusão de pessoas no mercado de tecnologia recebe aporte de R\$ 3 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 12 de novembro de 2021.

A Labenu, edtech que oferece cursos voltados para a inclusão de pessoas no mercado de tecnologia, recebeu um aporte de R\$ 3 milhões liderado pela AcNext Capital. Fundada em 2019, a startup surgiu com a missão de oferecer acesso à educação, reduzindo os obstáculos que possam existir para o ensino, sejam eles financeiros, sociais ou regionais.

A injeção de recursos irá acelerar o desenvolvimento de novas ferramentas para os estudantes da empresa, assim como permitirá a criação de novos cursos demandados tanto pelos estudantes quanto pelas empresas parceiras. A Labenu desenvolve seus conteúdos e tem seu método de ensino pelo modelo de bootcamp, formando profissionais em 6 ou 12 meses como desenvolvedores web full stack com mais de mil horas de atividades de front-end, back-end e soft skills.

“Queremos impactar o maior número possível de pessoas com educação de qualidade e transformação profissional, não somente com pessoas contratando nossos cursos, mas queremos empresas se tornando parceiras e contratando profissionais formados pela Labenu. Com o apoio da AcNext vamos acelerar o crescimento do número de estudantes que atenderemos ainda em 2021, investiremos na criação de novos cursos demandados pelo mercado e vamos ampliar nossas ações com as companhias que precisam urgentemente de profissionais de tecnologia”, comenta o fundador e CEO da Labenu, Luciano Naganawa.

O diferencial para quem procura a edtech é que seu trabalho é voltado em incluir cada vez mais pessoas no campo da tecnologia, proporcionando acesso à educação e diversidade neste setor. Com mais de 800 estudantes na sua história, todos com esse perfil de diversidade e inclusão, a Labenu tem alunos em quase todos os estados do Brasil, além de presença em países da Europa e na América do Sul. Os objetivos de crescimento envolvem a ampliação da sua equipe de colaboradores e alcançar a marca de 900 matrículas ainda neste ano, ampliando ainda mais a oferta do ensino de tecnologia no país.

Com as projeções de que a procura por profissionais de tecnologia continue crescente nos próximos anos, o investimento da AcNext Capital busca alavancar a edtech que se dedica a qualificar pessoas para ocupar essas posições. “Tecnologia e desenvolvimento profissional são dois temas que estão no DNA da AcNext Capital. Acreditamos que a demanda por mão de obra qualificada para atuar com tecnologias digitais irá continuar crescendo de forma acelerada por vários anos. Investimos na Labenu pela oportunidade de mercado tanto no B2C como no B2B, pela qualidade e complementaridade dos founders e pelo potencial impacto de transformação que a Labenu pode trazer para a vida das pessoas que desejam desenvolver uma carreira em tecnologia.”, finaliza o Managing Partner da AcNext Capital, André Cruz.

33. OTIMIZA BANK

Fintech especializada em benefícios corporativos capta R\$ 1,2 milhão via crowdfunding

NEWSLETTER STARTUPI.

Sexta-feira, 12 de novembro de 2021.

A fintech Otimiza Bank, especializada em benefícios corporativos, acaba de captar R\$ 1,2 milhão por meio de uma operação de equity crowdfunding, realizada pela plataforma Efund Investimentos. A startup conta atualmente com 25 mil vidas em sua base cadastral e trabalha para atingir 60 mil usuários nos próximos meses. Para tanto, a estratégia adotada é apostar em soluções que atendam às necessidades do trabalho híbrido. Desta forma, os recursos serão direcionados para escalar novos produtos.

“Há uma parcela grande da população em home office ou trabalho híbrido. Então, aquele vale-combustível ou vale-refeição talvez não façam mais sentido, porque o colaborador tende a comer em casa, fazer o próprio almoço. Para motivá-lo agora é preciso oferecer produtos diferenciados e que atendam a nova realidade”, comenta o CEO da Otimiza, Anderson Belem.

A Otimiza Bank também oferece produtos tradicionais como Vales Refeição, Alimentação, Combustível, Transporte, Presente, Auxílio-Home Office, Auxílio-Internet, Benefício Farmácia, Crédito Consignado, entre outros. A startup tem como diferencial competitivo sua capacidade de desenvolver funcionalidades de banco para seus produtos. Ou seja, na prática, o benefício é uma conta digital. Isso possibilita ao colaborador pagar contas de consumo dentro do que a legislação permitir.

A operação de captação da Otimiza marcou estreia da Efund Investimentos. Criada pelos investidores Igor Romeiro e Alcides Jarreta, a Efund avaliou mais de 400 startups, sendo que apenas 2% delas foram qualificadas para participarem de rodadas de investimentos. A Otimiza foi escolhida para ser a primeira oferta e completou o valor estabelecido com 8% de Equity.

34. ONEDOOR

Startup de orquestração logística recebe aporte de R\$ 2,5 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 16 de novembro de 2021.

Para mudar o cenário de gestão de entregas no Brasil, a Onedoor desenvolveu uma plataforma de orquestração logística que centraliza os pedidos e as informações em um único local. Neste mês, a startup fundada em 2018, em Santa Catarina, recebeu uma injeção financeira de aproximadamente R\$ 2,5 milhões e mira consolidar a expansão por todo o país e a internacionalização do negócio para a América Latina. Os nomes dos investidores não foram revelados.

A experiência de fazer um pedido, seja numa loja online ou em um restaurante delivery, não termina depois que clicamos em “Comprar”. Pelo contrário, é quando acionamos esse botão que a expectativa de receber o produto se inicia e, nesse percurso, a logística entra em cena com uma rede de processos que, muitas vezes, pode ser frustrante para o consumidor e, conseqüentemente, para a reputação das empresas.

Prazos de entrega confusos, atrasos, falta de visibilidade do processo, entregas perdidas, políticas complicadas de devolução: foi pensando em reverter esse cenário que os estudantes de Engenharia de Computação, Parsival Ferreira Araujo e os irmãos Gustavo e Fernando Medeiros da Silva, criaram a Onedoor – startup focada em descomplicar o controle de entregas e unificar os processos logísticos em uma só plataforma -, otimizando os pedidos, melhorando a experiência de compra e oferecendo maior segurança – tanto para as empresas, como para os clientes finais.

Na crise, a oportunidade

Quando deram início ao projeto, os jovens empreendedores não imaginavam a magnitude dos desafios que enfrentariam pela frente. Com pouco mais de 1 ano em atuação, a pandemia colocou em cheque todo o planejamento da startup, que estava em processo de crescimento e ganhava destaque ao participar de programas de aceleração, como o InovAtiva Brasil, para o qual foi selecionada no início de 2020. O primeiro grande choque para o negócio, contudo, foi também o ponto de virada para que uma nova porta se abrisse e mudasse a direção da empresa, rumo ao crescimento.

Inicialmente, a Onedoor atuava no nicho do crowdshipping, um modelo de logística no qual transportadoras são substituídas por trabalhadores independentes, que conectam as empresas aos consumidores. Com a mudança de estratégia, a startup desenvolveu uma plataforma que atua como um verdadeiro maestro para conduzir e monitorar toda a operação de entrega.

“Hoje, o nosso foco é a orquestração logística. Nossa plataforma se conecta ao sistema de qualquer empresa e possibilita a gestão das entregas por meio de um ecossistema com módulos que se conectam entre si e oferece ferramentas como o tracking, a otimização de rotas e o monitoramento das frotas. Com isso, eliminamos a necessidade de usar diversas plataformas, reduzimos os custos e unificamos todo o processo, que pode ser visualizado por todos os envolvidos na cadeia logística.”, explica Parsival, CEO e cofundador da empresa.

Novo investimento e o Open Delivery

Neste mês, a Onedoor recebeu um seed valioso de R\$ 2,5 milhões, e o investimento não poderia vir em melhor hora. Com o setor de entregas em plena ascensão, em especial os de delivery, e-commerces e marketplaces, a busca pela otimização dos processos é uma necessidade para as empresas e uma exigência dos consumidores.

O movimento do Open Delivery, por exemplo, é um retrato desse novo cenário, que já é uma realidade para o setor logístico. Aos moldes do sistema bancário aberto (Open Banking), o sistema criado pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) visa padronizar informações, como os cardápios dos restaurantes, e integrar estabelecimentos, canais de venda (aplicativos e marketplaces) e sistemas de gestão – como o oferecido pela Onedoor – que já é adepta do projeto. Tudo isso com vistas a otimizar os serviços de entrega.

“Ao tornar a gestão de entregas mais inteligente, queremos abrir uma porta de oportunidades para outras empresas, em especial os pequenos comerciantes, para que possam alavancar seus negócios e oferecer uma experiência única e agradável aos seus clientes.”, completa Fernando Medeiros, CMO e cofundador.

Atualmente, a Onedoor está presente em São Paulo, Santa Catarina, Paraná e Tocantins, mas oferece seus serviços para todo o país. Agora, com o novo investimento, a startup busca consolidar o negócio em território nacional e almeja um faturamento de R\$ 3 milhões ao ano até o final de 2022, quando pretende projetar-se internacionalmente.

35. MARTELLO EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Startup de educação financeira recebe aporte de Camila Farani

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 16 de novembro de 2021.

Os empresários Thiago Martello e Danilo Mendes, sócios da Martello Educação Financeira, conquistaram os investidores e aceitaram a proposta de R\$ 180 mil da investidora Camila Farani, que é referência no mercado de startups.

O método “despanilhe-se”, criado por Thiago Martello, gerou interesse nos “tubarões”. Caito Maia, fundador da Chilli Beans, e Camila Farani, considerada a melhor e maior investidora-anjo da América Latina, colocaram propostas no tanque e disputaram o aporte na empresa. No fim, os sócios da Martello EF escolheram a investidora, que é especialista em tecnologia.

O objetivo da startup ao participar desta rodada de investimentos é expandir ainda mais as possibilidades de acesso à educação financeira para os brasileiros, de maneira nacional. “Desde a inscrição até a participação nos empenhamos muito para levar a empresa a um nível mais alto, criando uma base sólida e estruturando os processos, pois não sabíamos o que viria na frente. Só havia uma certeza: era necessário ir além! Estamos muito satisfeitos com o desfecho da nossa participação no Shark Tank Brasil e com todos os comentários que temos recebido”, comenta Martello.

Estratégias da startup

Para conseguir destaque os dois empresários analisaram todos os episódios das edições anteriores da versão brasileira do programa, assistiram mais de 200 pitches diferentes, além de estudar os perfis dos investidores.

Com isso, foi necessário ver no detalhe os números da Martello EF, montar um plano de negócios com visibilidade para cinco anos, analisar diferentes cenários e realizar apresentação de todos esses números para mentores profissionais, a fim de cercar os pontos frágeis.

“Esse momento foi essencial para ir a fundo na empresa e descobrir novas capacidades e habilidades, de nós como líderes e empresários, para realmente criar um modelo sustentável e capaz de impactar os investidores, principalmente pelo papel que temos em meio a sociedade: transformar vidas financeiras”, comenta Thiago.

36. CASHWAY

Startup de serviços financeiros recebe aporte de R\$ 1,5 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 16 de novembro de 2021.

A CashWay, techfin com sede em Florianópolis (SC), recebeu um aporte de R\$ 1,5 milhão da Sinqia, empresa líder em softwares e inovação para o setor financeiro no Brasil. A transação foi realizada por meio do Torq Ventures – programa de Corporate Venture Capital (CVC).

Essa é a segunda vez que a companhia realiza investimentos na CashWay. Em 2020, a startup participou da 8ª edição do Batch, programa de aceleração da Darwin Startups, e recebeu um investimento da Sinqia, marcando a sinergia entre as duas empresas. Hoje, a Sinqia já fornece tecnologia de Provedores de Serviços de Tecnologia da Informação (PSTI) de PIX para CashWay, auxiliando no aumento de escala e no crescimento do share de mercado da TechFin.

O investimento viabiliza que a CashWay se torne uma das referências em Cloud Banking para o segmento das cooperativas de crédito, um modelo de implantação e entrega que permite aos bancos e instituições financeiras gerenciarem os principais sistemas e aplicativos bancários na nuvem, ao mesmo tempo que aproveitam o acesso sob demanda para aumentar o poder de computação e os recursos para fornecer serviços bancários e financeiros online. “O desafio é entregar mais inteligência para apoiar as cooperativas de crédito em suas operações, e, ao mesmo tempo, manter o core de tecnologia seguro e em conformidade com o arcabouço regulatório”, explica Felipe Santiago, CEO e cofundador da CashWay.

Com mais de 40 clientes, a CashWay oferece tecnologia Banking as a Service (BaaS) e Open Banking para cooperativas rurais, sindicatos, cooperativas de crédito, financeiras, agroindústrias e associações. A techfin registrou mais de R\$ 46,6 milhões em valores transacionados na plataforma no primeiro semestre de 2021, alta de 63% se comparado com o mesmo período de 2020, quando fechou com R\$ 28,5 milhões em transações. Atualmente, opera em todo o Brasil e em Angola, e pretende chegar aos países do Mercosul em breve.

Mercado de cooperativas vem crescendo Brasil

Se há 5 anos, 6,64% do estoque de empréstimos e financiamentos no Brasil eram realizados por cooperativas, hoje esse número chega a quase 11%. Atualmente existem 833 cooperativas singulares, 34 centrais e confederações, com um total de 13,5 milhões de clientes e 7,5 mil agências em todo o País.

Segundo o CEO da CashWay, a implementação do Open Banking, em um contexto de maior procura por empréstimos, trará maior oportunidade para as cooperativas, já que elas visam a inclusão financeira. “O papel relevante do cooperativismo vai atender as necessidades dos pequenos empresários e, assim, ajudar a recuperar a economia brasileira”, relatou Santiago.

37. WEEGO

Startup recebe aporte para transformar chefes em grandes líderes por meio de tecnologia

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 17 de novembro de 2021.

Segundo a Gallup Poll, empresa de pesquisa de opinião dos Estados Unidos, maus gestores causam um prejuízo anual estimado em mais de U\$ 300 bilhões à economia global. A mesma pesquisa aponta que 70% dos gestores não estão preparados para seu trabalho hoje e 75% das pessoas deixam seu trabalho por relações ruins com seus gestores.

Em contrapartida, os bons líderes geram um aumento de mais de 325% na disposição das pessoas em inovar e aumentam o índice de retenção de talentos de seus times em 128% e em 353% a produtividade. Mais do que isso, grandes líderes motivam pessoas a impactar a sociedade. Pensando nisso, Caio Sigaki criou a Weego, startup que deseja transformar chefes em grandes líderes por meio de tecnologia.

Com apenas seis meses de vida e mais de 520 gestores cadastrados na plataforma, a startup, que nasceu de uma ideia enquanto o three-time founder Caio

trabalhava na Great Place To Work, acaba de anunciar a sua primeira captação, pré-seed, visando a estruturação do time e o foco na validação do produto.

A rodada de R\$ 1 milhão foi liderada pelo Fundo Anjo, gerido pela DOMO Invest, e teve como investidores Rodrigo Dantas (CEO da Vindi), Paulo Silveira (CEO do Grupo Alura), Edgard Corona (Fundador da Smart Fit), Roberto Grosman (COO da Descomplica) e Rui Miadaira (CEO da Ahazou).

“Liderança é um grande gargalo em qualquer empresa, mas é também o que as eleva a patamares cada vez melhores. No entanto, o desafio de ser um líder começa no fato de que a maioria de nós não foi preparada para esse importante papel. O nosso modelo se baseia em 3 grandes pilares: Entender, aprender e praticar. Todo adulto precisa entender primeiro o porquê precisa se capacitar, sem isso dificilmente ele se engaja, é por isso que 80% das pessoas não finalizam um curso EAD. Depois ele começa a estudar os conteúdos e então levamos ele para a prática, que representa 70% do aprendizado. Dessa forma conseguimos ensinar o que fazer, como fazer, quando fazer para cada líder de forma personalizada e assim geramos mais impacto. Somos o personal trainer dos gestores”, explica Caio Sigaki, CEO da Weego.

Mario Letelier, gestor do Fundo Anjo e sócio na DOMO Invest, destaca o enorme potencial de mercado da startup e o impacto positivo que pretende oferecer. “Hoje, nós vemos que a liderança é um grande gargalo não só nas companhias, mas também na sociedade. Faltam líderes e sobram chefes. A Weego, com sua metodologia focada em diversidade, liderança e governança, e também por nascer amparada por uma empresa que sempre demonstrou preocupação com ambientes de trabalho saudáveis e gestores comprometidos, apresenta todas as competências para ajudar na construção de uma sociedade melhor”.

38. FACILY

Plataforma de social commerce levanta mais de US\$ 366 milhões em quatro rodadas de investimentos

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 17 de novembro de 2021.

A Facility, plataforma de social commerce, anunciou que levantou mais de US\$ 366 milhões em recursos por meio de quatro rodadas diferentes nos últimos 12 meses. O aporte mais recente, a Série D de US\$ 250 milhões, foi liderado pela DX Ventures e pelo Delivery Hero.

A Série C de US\$ 63 milhões foi liderada por Glade Brook. A Série B de US\$ 41 milhões, fechada em abril de 2021, foi liderada pela Luxor Capital. Finalmente, a Série A da empresa, uma rodada de US\$ 12 milhões, foi coliderada por Quona Capital e Monashees. Nenhuma das rodadas foi anunciada anteriormente enquanto a empresa estava fortificando o modelo para 2021.

O anúncio ocorreu poucos dias depois da empresa fechar acordo com o Procon-SP para solucionar queixas de consumidores prejudicados por problemas que incluem atrasos em entrega de produtos e falta de reembolso.

Com os novos investimentos recebidos, a empresa irá focar na eficiência logística para acelerar as entregas dos pedidos realizados na plataforma, além de trabalhar na expansão nacional da empresa, atrair novos parceiros para vender na plataforma, aumentar os investimentos em tecnologia e melhorar a experiência do cliente.

Fundada por Diego Dzodan, Luciano Freitas e Vitor Zaninotto em 2018, a startup tem como missão, eliminar as barreiras do comércio eletrônico tradicional para proporcionar às populações de baixa renda no Brasil e em toda a América Latina melhor acesso a produtos. A empresa tem vivido um crescimento mensal exponencial no último ano, alavancando seu modelo de negócios impulsionado por sua plataforma de tecnologia proprietária.

O aplicativo Facility está entre os três mais baixados do Brasil e possui um dos mais fortes níveis de engajamento entre seus usuários. De uma perspectiva histórica, a Facility é classificada como um dos aplicativos de crescimento mais rápido da história do Brasil, de acordo com a App Annie, e como o aplicativo de comércio eletrônico de alimentos com crescimento mais rápido globalmente.

“A Facily tem buscado, desde o início de sua operação, oferecer os melhores preços para todas as pessoas. O foco em tecnologia a ajudou a crescer e expandir as operações para outros estados do país, buscando incluir todos que não tinham acesso ao comércio eletrônico. Dito isso, ainda estamos no início de nossa oportunidade de mercado e agora vamos nos concentrar em expandir nossa presença e em oferecer uma experiência de usuário única”, afirma Diego Dzodan, cofundador e CEO da Facily. “Em torno de 85% da população brasileira pertence às classes C, D e E. Eles gastam em média 65% da renda familiar com alimentação e foram até aqui praticamente excluídos do e-commerce tradicional. A Facily chega para suprir essa demanda social, a maior parte dos nossos usuários estão comprando online pela primeira vez.”

Com uma equipe que cresceu 10x no último ano, a Facily pretende pagar melhor para quem produz e vende mais barato para os consumidores do aplicativo, os conectando aos melhores preços dos produtos por meio de compras em grupo em um aplicativo gamificado.

Com produtos da mais extensa variedade, a empresa usa a tecnologia para oferecer uma experiência de e-commerce inclusiva que permite aos vendedores lucrarem mais enquanto possibilita que os compradores paguem menos nas cidades onde opera, oferecendo quase todas as formas de pagamento, desde transferência bancária, Pix, até dinheiro, sempre com frete grátis.

“Vemos na Facily um serviço completo que ainda tem muito potencial para crescer e oferecer novas soluções. Há um grande número de brasileiros que não estão envolvidos com e-commerce e que poderão economizar migrando para este novo modelo de compra em grupo trazido pela startup”, disse Jon Green, Sócio-Diretor da Luxor Capital.

“Estamos incrivelmente impressionados com o que Diego e a equipe conseguiram alcançar providenciando acesso ao comércio eletrônico para uma parcela da população brasileira mal atendida. Temos o privilégio de fazer parceria com a equipe e estamos entusiasmados com a oportunidade de impulsionar a

inovação em toda a América Latina no futuro.” diz Duncan McIntyre, Sócio-Diretor da DX Ventures, investidor da Série C.

39. PINGUIM

Startup que conecta viajantes recebe aporte de R\$ 1 milhão

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 17 de novembro de 2021.

O Pinguim , comunidade de viajantes focada em criar experiências únicas de viagens, captou R\$ 1 milhão na sua primeira rodada fechada de investimento coletivo, realizada através da CapTable. Liderada por mulheres, a startup tem o comando da fundadora e CEO, Renata Franco.

De acordo com a fundadora, o aporte recebido será direcionado para as áreas de tecnologia, recursos humanos e marketing. “Somos uma comunidade de viajantes cujo objetivo é conectar pessoas à procura de companhia para viajar” “O recurso será aplicado no desenvolvimento de soluções personalizadas para atender a necessidade de cada usuário”, comenta Renata.

Ainda segundo Renata, uma pesquisa do Booking aponta que 38% dos turistas viajam sozinhos, embora alguns casos sejam por opção, muitos desistem de viajar por falta de companhia. “Diante desse cenário, criamos uma comunidade de viajantes, por meio do nosso aplicativo unimos pessoas e destinos de acordo com o perfil e preferências de cada usuário”, esclarece a CEO.

O aplicativo desenvolvido pela startup utiliza tecnologia para unir pessoas e destinos de acordo com o perfil e preferências dos usuários. Além disso, o Pinguim oferece aos usuários todo serviço de maneira personalizada. O app conta com diversas ofertas de viagens, sendo possível comprar pacotes pelo aplicativo. Disponível nos sistemas Android e IOS, o app oferece, ainda, os melhores roteiros para viajar.

A travel tech atua como uma matchmaking de pessoas, além de marketplace de produtos e serviços de viagens. Atualmente a plataforma possui

mais de 50 mil usuários e parcerias com operadores, hotéis e agências para oferta de pacotes de viagens. A plataforma já integra em seu app cerca de 38 empresas parceiras, entre elas: Assist Card, Hotel Urbano, iFriend, Movida e Stella Barros Turismo.

O Pinguim identificou em sua comunidade, que a maioria deles aproveitam suas experiências turísticas em três momentos: no planejamento, quando o turista começa a pesquisar destinos e definir o roteiro; na viagem em si ao tornar os planos em uma experiência real e, por fim, na organização das memórias, que incluem fotos, pessoas e lugares.

Ainda segundo o Pinguim, estes três fatores apontados pela comunidade, permitiu que, mesmo com as restrições impostas pela pandemia, o desejo de viajar se mantivesse. Uma pesquisa realizada pelo Booking.com revelou que para 63% dos brasileiros, viajar tornou-se mais importante agora do que antes da pandemia.

Criada em 2019 pela fundadora e CEO, Renata Franco, o Pinguim nasceu com o propósito de ajudar aqueles que buscam companhia para viajar, em especial, as mulheres. Por meio da tecnologia a travel tech desenvolveu um aplicativo para conectar pessoas e logo tornou-se uma comunidade de viajantes, passando a integrar produtos e serviços de viagens.

40. PROVU

Provu levanta fundo de R\$ 1,4 bilhão liderado pelo Goldman Sachs

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 17 de novembro de 2021.

A Provu, fintech especializada em crédito pessoal e meios de pagamento, levantou R\$ 1,4 bilhão de investimento já com o Goldman Sachs em uma participação acionária não-controladora através de Fundo de Investimento em Direitos Creditórios (FIDC). A aplicação permitirá expandir ainda mais a oferta da empresa aos seus clientes.

“Esse levantamento do Goldman Sachs amplia ainda mais a nossa capacidade de oferecer crédito e chega em um momento de acelerada expansão da empresa em termos de tecnologia, produto e equipe. Nosso objetivo é fortalecer o acesso ao crédito, com aprovação ainda mais rápida” conta Marcelo Ramalho, CEO da Provu.

Além da capacidade de gerar ainda mais empréstimos, a Provu também usará o fundo do Goldman Sachs para ampliar o crédito no Provu Parcelado, meio de pagamento totalmente digital oferecido pela fintech. Tendência na Europa e nos Estados Unidos como Buy Now Pay Later, o modelo se assemelha ao antigo “crediário” e possibilita que os lojistas ofereçam uma nova opção para parcelamento de débitos para seus clientes e o consumidor não precise de cartão ou limite de crédito para comprar produtos que tenham valor mais elevado.

Entre as novidades deste ano da empresa – que desde 2015 já atuava sob o nome Lendico – há também a autorização do Banco Central (BC) para atuar como Sociedade de Crédito Direto (SCD). Com a liberação, a Provu passou a operar com recursos próprios e sem precisar recorrer a parceiros no processo de aprovação de pedidos de empréstimos, oferecendo maior independência, flexibilidade e rapidez na oferta de serviços.

Sobre a Provu

Provu é a fintech que vive o Brasil e o sonho dos brasileiros. Tem vocação humana, enxerga as necessidades e entende os desejos de cada pessoa. Surgimos com o propósito de revolucionar o acesso ao crédito e amparar os brasileiros com soluções financeiras para que realizem planos, saiam da dívida cara e tenham poder de compra.

Com Provu Empréstimo Pessoal, oferecemos crédito entre R\$ 2,5 mil e R\$ 50 mil de forma 100% digital e sem garantias, com taxas justas e personalizadas.

Já Provu Parcelado permite compras em até 24x em diversas lojas e serviços, sem necessidade de cartão de crédito. A solução não só beneficia o consumidor, como também o varejista, que recebe o pagamento à vista e sem taxas.

A fintech conta com um time de 400 profissionais espalhados por todo o Brasil e já atendeu mais de 90 mil clientes, oferecendo mais de R\$ 700 milhões em crédito. Provu é óbvia para quem precisa de dinheiro sem complicações, para conversar com cada pessoa, quebrando barreiras e inseguranças, mostrando que crédito é o caminho para conquistar sonhos.

41. CANAL DSTAK

Startup que moderniza relação entre atacadistas e revendedores recebe aporte de R\$ 14 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 17 de novembro de 2021.

Criado para digitalizar a relação entre fornecedores e varejistas, além de trazer maior segurança e comodidade para pequenos e médios revendedores no Brasil e na América Latina, o Canal Dstak acaba de receber um aporte seed no valor de US\$ 2,6 milhões, aproximadamente R\$ 14 milhões – a terceira rodada da companhia.

Com o aporte, a startup pretende ampliar a disponibilidade de produtos na plataforma, aumentar o time de colaboradores e expandir a sua operação para outras regiões do país. Ao apresentar uma solução inovadora para resolver um problema frequente em todo o continente, a empresa atraiu a atenção de investidores nacionais e internacionais. Liderado pela Valutia, fundo de venture capital focado em startups early-stage, o investimento seed foi acompanhado também por importantes fundos como o SV Latam Capital, Multi Family Office da XP, Verve Capital, Shilling VC, Rhombuz VC, Allievo Capital, BluStone, Crivo Ventures e Prana Capital.

Diante de um cenário em que muitos varejistas ainda se relacionam de forma analógica com seus fornecedores, o trio formado por Lucas Chita, Marco Tulio Korehisa e Vinicius Fernandes decidiu se juntar no início de 2020 para resolver uma dor latente no mercado: o baixíssimo número de vendas online nesse segmento.

Segundo estimativas da startup, anualmente o mercado de vendas entre fornecedores e revendedores movimentava mais de US\$ 100 bilhões na América Latina, mas atualmente apenas 4% desse valor é proveniente de transações online.

“As soluções de e-commerce que nos permitem fazer compras no supermercado sem sair de casa ainda está distante de ser uma realidade presente para os pequenos e médios revendedores de diversos segmentos. Muitos ainda realizam suas compras de maneira analógica contando com longas jornadas até os pólos produtores, como os famosos bairros do Brás e Bom Retiro, em São Paulo. Além disso, podemos dizer que são verdadeiros heróis pois sofrem um elevado número de fraudes e contam com pouquíssimas ofertas de crédito. Frente a esses desafios, nossa plataforma visa modernizar o abastecimento de pequenos e médios varejistas, com segurança, comodidade e transparência”, afirma Lucas Chita, CEO do Canal Dstak.

Operando desde o segundo semestre de 2020 na região do Brás, em São Paulo, e com um time de 35 pessoas, o Canal Dstak conta com mais de 350 fornecedores ativos e 200 em lista de espera, e já transacionou mais de 25.000 pedidos em sua plataforma. Com o novo aporte, a empresa pretende ainda aumentar o time de colaboradores nas áreas de tecnologia, produto e comercial, chegando a 60 funcionários no total. Além disso, estão previstos a expansão no número de parceiros para 1.000 fornecedores cadastrados e o avanço de sua presença em outras cidades do país como Goiânia, Fortaleza, Maringá, entre outras.

A startup também planeja incluir novos serviços financeiros e quintuplicar o volume transacionado, com a inclusão de novas categorias de produtos, como acessórios e cosméticos. “Outro desejo é reforçar os projetos de mentoria, oferecidos aos pequenos empreendedores, nos quais damos orientações sobre as melhores estratégias, de marketing a gerenciamento de negócios”, complementa Chita.

Uma mudança importante que está em andamento é o processo de rebranding do Canal Dstak. “Começamos esse trabalho antes mesmo da prospecção do investimento. Decidimos rever nossa marca para conseguir nos conectar melhor

aos nossos clientes”, explica o CEO. Assim, a partir de 2022, a empresa inicia efetivamente uma nova fase, com novos desafios e um novo nome: Gira.

Economia de tempo e dinheiro aos revendedores

Com o Canal Dstak, os revendedores podem encomendar produtos de centenas de fornecedores em uma única transação, contando com parcelamento em até seis vezes e o pagamento de um único frete. “Os pedidos feitos por meio do app são encaminhados para o nosso centro de distribuição, onde são conferidos, consolidados e despachados junto aos nossos parceiros logísticos”, explica o COO, Vinicius Fernandes.

O sócio revela ainda que a escolha por consolidar internamente 100% dos pedidos é parte de uma estratégia da startup para gerar uma melhor experiência aos revendedores a longo prazo. “Hoje, conseguimos entregar uma economia de até 75% no frete para os nossos clientes”, afirma.

Por meio do aplicativo do Canal Dstak, os varejistas também deixam de percorrer longos percursos para chegar aos atacadistas, o que possibilita economia de tempo e maior segurança, já que muitos revendedores atuam no bom e velho modelo de sacoleiros, levando consigo o dinheiro em espécie para fazerem as compras presencialmente, o que os expõe a grandes riscos.

Potencial transformador chama atenção dos investidores

A trajetória dos fundadores foi fundamental para o desenvolvimento de um projeto inovador e disruptivo. Com uma carreira consolidada em consultoria estratégica, Chita atuou em startups como Memed e Hekima – da qual foi sócio até a aquisição pelo iFood. Já Fernandes acumulou experiência em grandes indústrias e em consultorias estratégicas nas áreas de operações e supply chain. Marco Túlio, por sua vez, tem mais de 18 anos de vivência em tecnologia, atuando em multinacionais e startups.

Segundo Kiko Lumack, fundador da Valutia, que liderou o investimento seed e também participou dos aportes anteriores na empresa, além da sólida trajetória profissional dos empreendedores, a sequência de aportes é motivada pelo diferenciado posicionamento de mercado e o grande potencial de transformar o

segmento em que atuam. “Esse background dos sócios e os benefícios oferecidos pela plataforma foram fundamentais para capturar nosso interesse. A proposta da startup tem muita aderência ao que entendemos como fundamental para um negócio inicial ter sucesso. O Canal Dstak tem também um forte apelo social pelo fato de proporcionar a modernização de uma atividade comercial extremamente tradicional no Brasil”, afirma.

Vale ressaltar que Lumack conta com uma importante trajetória como investidor-anjo, tendo investido em empresas como Gympass, Idwall e Docket. Já o Canal Dstak é uma das empresas presentes no portfólio de investidas da Valutia, ao lado das startups Zenklub, Moises, Medipreço, Sooper, Meetz, Networkme, Prontochef e Unxpose.

42. UFFA

Via investe em startup que soluciona problemas financeiros

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 18 de novembro de 2021.

A Via deu mais um passo em seu Programa Via Next, de investimentos e aceleração de startups, e anunciou o investimento minoritário na fintech Uffa, que proporciona uma experiência positiva às pessoas que precisam resolver problemas financeiros, seja na negociação de uma dívida, solicitação de crédito ou abertura de conta.

Com os aportes, a dona de marcas como Casas Bahia, Ponto e Extra.com, dá continuidade ao programa desenvolvido em parceria com o Distrito. Os objetivos são acelerar a transformação digital da Via e promover soluções inovadoras para melhorar a experiência do cliente em toda a sua jornada de compra e relacionamento. Faz parte da estratégia do Via Next investir até R\$ 200 milhões em startups pelos próximos cinco anos, por meio de Corporate Venture Capital (CVC).

Em setembro, a Companhia deu largada ao programa e anunciou o investimento minoritário nas fintechs GoPublic, Poupa Certo e Byebnk, que têm

foco em inteligência para dar crédito, educação e inclusão financeira e criptomoedas.

O Uffa é um marketplace que proporciona uma jornada positiva aos clientes na solução de problemas financeiros, seja na negociação de uma dívida ou na solicitação de crédito. A fintech desenvolveu uma plataforma de cashback que estimula a educação financeira dos usuários e recentemente lançou o Uffaencer, um portal destinado ao Influenciador Digital, que oferece uma nova oportunidade de monetização ao seu canal, ajudando seus seguidores a saírem do vermelho. Além disso, a plataforma aceita meios de pagamentos diversificados e oferta crédito para pagamento de dívidas ou aquisição de bens de consumo pelos usuários. Com menos de dois anos de atuação, a startup conta atualmente com mais de 14 milhões de pessoas em sua base e usará o investimento para chegar a ainda mais pessoas.

“A inovação aberta é o caminho que escolhemos em parceria com o Distrito, maior hub de inovação e startups do Brasil. Acreditamos na união entre negócios e tecnologia para melhorar a experiência e ampliar os pontos de contato com nossos clientes. Estamos com as portas abertas à inovação para destravar valores em nosso ecossistema, gerar negócios que vão além do varejo e em paralelo alavancar muitas startups”, conta Helisson Lemos, CINO/ Marketplace da Via.

43. SAFESPACE

Startup levanta R\$ 11 milhões para tornar empresas mais éticas, seguras e inclusivas

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 18 de novembro de 2021.

A SafeSpace, startup que desenvolveu uma plataforma digital para facilitar relatos de casos de má conduta nas empresas (assédio, discriminação, fraude, etc), acaba de fechar uma nova rodada de investimento no valor de R\$11

milhões. O aporte foi liderado pelo fundo ABSeed Ventures e contou também com a participação do DGF Investimentos e de investidores-anjo.

Esta é a segunda rodada fechada pela empresa e a maior já recebida no país por uma startup comandada por mulheres. Fundada em março de 2020, a SafeSpace recebeu o primeiro investimento em outubro de 2020, em uma rodada liderada pelo fundo MAYA Capital e que contou com outros 11 investidores-anjos, incluindo Ariel Lambrecht, fundador da 99; Ann Williams, COO da Creditas; Mariana Dias, CEO da Gupy e Luciana Caletti, fundadora do antigo Love Mondays.

Criada pelas jovens empreendedoras Rafaela Frankenthal, Giovanna Sasso, Natalie Zarzur e Claudia Farias, a plataforma já é utilizada em mais de 50 empresas – entre elas algumas das empresas mais inovadoras do mercado brasileiro: a Creditas, que atua no segmento de empréstimos financeiros online; a Petlove, supermercado online de produtos para animais; a Buser, empresa que está revolucionando transporte por ônibus no Brasil; e o isaac, plataforma especializada em gestão financeira escolar.

No portfólio, também estão empresas que operam na América Latina, como a unicórnio NotCo, focada na produção de alimentos à base de plantas. Atualmente, mais de 15 mil pessoas colaboradoras em 7 países diferentes já têm acesso à plataforma da SafeSpace.

O canal de escuta da SafeSpace já é considerado o mais moderno e eficiente do mercado hoje, trazendo para os clientes cinco vezes mais visibilidade dos problemas internos de assédio e má conduta, permitindo a solução dos casos reportados três vezes mais rápido. “Problemas de comportamento sempre existiram nas empresas, mas hoje o risco não é apenas das pessoas envolvidas, mas também, e principalmente, das companhias. Por isso as empresas estão entendendo a necessidade de olhar para ferramentas de compliance de uma forma diferente”, explica a cofundadora da startup Rafaela Frankenthal.

O que realmente diferencia a SafeSpace dos canais de denúncia tradicionais é que o objetivo não é simplesmente digitalizar o modelo até então adotado. O foco principal da empresa é utilizar a tecnologia para construir confiança

para que as pessoas se sintam seguras de relatarem os problemas internamente, enquanto estes ainda são pequenos, e capacitar as empresas com as ferramentas necessárias para mediar e resolver as situações rapidamente. Um exemplo prático dessa inovação é a funcionalidade Connect, recém-lançada pela SafeSpace.

O recurso permite que funcionários façam um relato com a condição de que não sejam a primeira ou única pessoa a fazer um relato sobre o mesmo indivíduo. Isso ajuda a encorajar os colaboradores a vencer o medo e relatar preocupações antes que os problemas se tornem mais graves, e do outro lado ajuda o Compliance e o RH a identificarem padrões de comportamento recorrentes.

As empreendedoras ressaltam que há cada vez mais casos de assédio e má conduta aparecendo na mídia, o que tem gerado nas empresas uma grande preocupação em garantir o bem-estar de seus colaboradores e a boa reputação de sua marca como forma de continuar crescendo. “Recebemos muitos contatos de empresas que estão sendo direcionadas por investidores de capital de risco ou private equity a implementarem soluções de compliance mais eficientes. Isso é uma prova de que a postura do mercado está mudando”, diz Rafaela.

Como empreendedora, ela também chama a atenção para o fato de o próprio universo das startups ainda sofrer um gap de gênero. “Temos muito poucas mulheres no comando e um volume ainda muito pequeno de investimentos voltados para as empresas formadas por um time totalmente feminino. Mas o mercado está mudando rápido, ao mesmo tempo que o produto que estamos desenvolvendo está sendo motor de mudança de cultura nas empresas, nós também estamos à frente dessa transformação como empreendedoras.”

44. CLOUDWALK

Novo unicórnio: startup especializada em soluções de pagamento recebe aporte de US\$ 150 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 18 de novembro de 2021.

A CloudWalk, rede de tecnologia de pagamento com sede em São Paulo, anunciou um aporte de US\$ 150 milhões, em rodada Série C liderada pelo fundo Coatue e com participação do DST Global, A-Star, The Hive Brazil, Plug and Play Ventures, Valor Capital Group, além do investidor anjo Gokul Rajaram e dos jogadores de futebol americano Larry Fitzgerald e Kelvin Beachum.

O Financial Technology Partners (FT Partners) atuou como consultor estratégico e financeiro exclusivo da CloudWalk nesta transação. Com esse financiamento, a empresa eleva seu capital total para US\$ 365 milhões e implica numa avaliação de US\$ 2,15 bilhões.

Presente em 150 mil lojas em 4,3 mil cidades brasileiras, a Cloudwalk trabalha para criar a melhor rede de pagamentos do mundo, democratizando a indústria e capacitando comerciantes e empresários por meio de soluções tecnológicas inclusivas e transformadoras. Em 2019, a empresa lançou a InfinitePay, sua principal plataforma de processamento de pagamentos, e adquiriu a Confere, um software de conciliação de fluxo de caixa e agregação de dados financeiros. Em 2021, a CloudWalk reafirmou seu compromisso com inovação, ao lançar o Link de pagamento, uma solução de comércio eletrônico que auxilia comerciantes em transações online; a carteira digital, que estabelece uma rede de conexão entre lojistas e compradores; o Brazilian Digital Real, uma moeda estável; a plataforma gratuita de loja online para todos os lojistas da rede; além de cashbacks em compras virtuais para consumidores finais.

A plataforma de última geração da CloudWalk integra inteligência artificial, blockchain e tecnologia em nuvem para aumentar a eficiência, segurança e escalabilidade no processamento do pagamento. Isso gera economias que se traduzem na capacidade da CloudWalk em oferecer as melhores taxas de desconto para comerciantes e taxas de antecipação entre seus parceiros, tanto para transações regulares com cartão de crédito como para planos de pagamento baseados em prestações. Nos últimos 24 meses, a CloudWalk gerou um crescimento excepcional de mais de 5.000% e processou mais de US\$ 2,4 bilhões em transações anualmente.

Os fundos levantados na Série C serão usados para acelerar ainda mais o crescimento da CloudWalk, alimentando a inovação contínua de seu portfólio, do desenvolvimento de novas soluções de ponta – incluindo melhorias para alavancar o uso de blockchain nos produtos – e na contratação dos melhores talentos em tecnologia global. A CloudWalk também pretende usar esse capital para impulsionar a sua expansão internacional, com o objetivo de iniciar operações nos mercados dos EUA e da Europa nos próximos dois anos.

“Com este capital adicional, estaremos bem posicionados para continuar a criar produtos que tornem a vida dos nossos clientes mais fácil”, afirma Luis Silva, fundador e CEO da CloudWalk. “À medida que o mercado global de pagamentos evolui rapidamente, acreditamos que a blockchain em breve se tornará a fonte dominante para todos os processos de pagamento futuros. Este investimento representa a confiança em nossa capacidade de atender às necessidades exclusivas e em evolução dos clientes com nosso portfólio atual. Ao mesmo tempo, oferece flexibilidade para impulsionar ainda mais o crescimento, implantando capital para contratar talentos excepcionais, financiar a inovação de produtos e investir em pesquisa e desenvolvimento. Estamos entusiasmados em continuar a expandir nossa plataforma de pagamentos de próxima geração, que seguirá gerando taxas baixas para os comerciantes e oferecendo atendimento a nível mundial”.

Para Michael Gilroy, Sócio do Coatue, “a CloudWalk é uma das empresas mais empolgantes da América Latina devido a seu impressionante crescimento e seu profundo compromisso com a constante inovação das soluções de pagamento digital. Estamos extremamente orgulhosos de mais uma vez nos associarmos com Luis e sua equipe para ajudar a CloudWalk a manter sua forte presença no Brasil e buscar oportunidades de expansão internacional”.

“FT Partners tem orgulho de representar o Luís e a equipe da CloudWalk nesta transação”, afirma Steve McLaughlin, CEO e fundador do FT Partners. “Estamos testemunhando a criação e a elevação à proeminência do futuro da indústria de pagamentos na América Latina e a CloudWalk lidera o caminho para criar uma das maiores empresas de pagamentos do mundo”.

O anúncio da Série C da CloudWalk segue a rodada de financiamento da Série B, realizada em maio de 2021, que levantou US\$ 190 milhões e foi liderada pelo Coatue junto ao DST Global, FIS, The Hive Brazil e Valor Capital.

45. ARCO EDUCAÇÃO

Edtech recebe aporte de R\$ 825 milhões dos fundos de investimento Dragoneer e General Atlantic

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 18 de novembro de 2021.

A Arco Educação, companhia brasileira focada em soluções educacionais, oferecendo conteúdo, tecnologia e serviços para mais de 5.400 escolas, acaba de receber um aporte de R\$ 825 milhões dos fundos de investimento Dragoneer Investment Group e a General Atlantic Partners (GA). Ambos os fundos são internacionalmente reconhecidos por seus investimentos em empresas que apresentam grande potencial de crescimento e que possuem uma forte veia tecnológica. Dentre os investimentos de sucesso realizados pelo Dragoneer estão os aportes no Mercado Livre e no Nubank. A GA já foi investidora da Arco, XP Investimentos e Quinto Andar.

“É uma grande satisfação receber dois dos mais conceituados fundos do mundo como investidores da Arco. A parceria demonstra a confiança do Dragoneer e da GA no nosso time e nas nossas soluções”, afirmou Ari de Sá Neto, CEO e fundador da Arco. Os recursos serão utilizados pela Arco Educação para acelerar sua estratégia de crescimento. A companhia tem atuado para trazer mais tecnologia aos seus sistemas educacionais, criar novas soluções e gerar mais valor para suas escolas parceiras.

“Ao construir a plataforma de tecnologia da Arco, o Ari tornou uma abordagem pedagógica de primeira linha acessível a mais de 1,9 milhões de alunos em todo o Brasil. As marcas da Arco são amadas por professores, alunos e pais, e impulsionam melhorias reais nos resultados educacionais”, disse Eric Jones, sócio do Dragoneer. “No nível do negócio, a Arco tem forte crescimento de receita e

previsibilidade, alta fidelização de clientes e uma operação bastante rentável. Estamos entusiasmados em apoiar o time da Arco em sua jornada, à medida que eles continuam a crescer rapidamente e a expandir sua plataforma no setor de educação”, finaliza o executivo.

Martín Escobari, Conselheiro Independente da Arco e Co-Presidente, Diretor Administrativo e Head da América Latina da General Atlantic, disse: “A Arco redefiniu a educação no Brasil, aproveitando o poder da capacitação digital para expandir o acesso a experiências críticas de aprendizagem para milhões de alunos em todo o país. Apoiamos há muito tempo a missão da Arco e esperamos voltar a fazer parceria com Ari e sua liderança para impulsionar mudanças transformadoras no ecossistema educacional do Brasil.”

Os Títulos Conversíveis têm vencimento em sete anos e pagarão juros de 8% ao ano. Cada título será conversível a uma taxa de conversão equivalente a US\$ 29 por ação. No vencimento da operação o Dragoneer terá 5,6% e a GA 2,8% do total das ações da Arco.

46. CREDITÚ

Fintech especializada em crédito imobiliário recebe aporte de R\$ 100 milhões e inicia operação no Brasil

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

A Creditú, fintech especializada em oferecer crédito imobiliário com operações no Chile, Peru e México, anunciou sua chegada ao Brasil após o investimento de R\$ 100 milhões recebido pelo Grupo AVLA. A operação é a maior expansão internacional da companhia. Criada em 2017, a Creditú já emitiu R\$ 1,5 bilhão nos primeiros 3 anos de operação em financiamentos imobiliários para 3 mil residências familiares, tendo alcançado 1% do mercado chileno com crescimento mensal de 20%.

“Chegamos ao mercado brasileiro com o objetivo principal de atender um segmento pouco atendido, como trabalhadores autônomos, vendedores,

empresários, jovens, etc., seja por não possuírem o valor mínimo de entrada exigido pelos grandes bancos ou por não terem uma renda 100% formal. Aterrissamos com uma proposta tecnológica e financeira inovadora para dar a possibilidade de acesso ao crédito imobiliário” comenta Ignacio Álamos, CEO do grupo AVLA.

Apesar do grande crescimento no mercado imobiliário brasileiro, a fintech acredita que o país possui um potencial ainda maior de desenvolvimento, devido à baixa introdução do portfólio de empréstimos imobiliários sobre o Produto Interno Bruto (PIB). Em 2020, o total de empréstimos imobiliários representava cerca de 10% do PIB nacional, indicando que o mercado ainda é nascente em comparação a países mais desenvolvidos como Chile (26%), Estados Unidos (60%) e Holanda (90%).

“O mercado imobiliário obteve um crescimento relevante nos últimos anos, mas ainda existe bastante espaço para expansão, principalmente quando falamos de acesso ao crédito para o perfil de trabalhadores sem acúmulo de reservas, informais ou que não possuem renda comprovada, percentual relevante da população brasileira”, comenta Lucas Santana, Gerente de Estratégia da marca no Brasil. Segundo dados do IBGE e Mapa de Empresas do Ministério da Economia, no Brasil, 37 milhões de pessoas atuam em postos de trabalho informais e mais de 10 milhões como microempreendedores individuais.

“A nossa visão é de que o mercado brasileiro está ficando cada vez mais digital e inovador no ponto de vista das imobiliárias e proptechs, mas ainda não apresentou nenhuma inovação relevante nos últimos anos nos produtos de crédito para aquisição de imóveis”, completa Santana. Para obter melhores condições de acesso ao financiamento para seus clientes, a Creditú desenhou uma operação que considera a originação do crédito imobiliário aliada a um seguro de crédito (além dos seguros habitacionais tradicionais). A contratação do seguro protege o investidor do risco de perda por inadimplência e transfere o risco para a seguradora. “Com essa inovação, a Creditú consegue fornecer linhas de crédito com condições diferenciadas e possibilitar que mais famílias possam realizar o sonho da casa

própria”, comenta Felipe Astrachan, CEO da marca no Brasil. O seguro de crédito poderá ser contratado com a AVLA, empresa do grupo, ou com outros parceiros.

Visando abrangência e agilidade, a Creditú oferece um processo simples e rápido para o cliente e instituições do mercado imobiliário parceiras “Enquanto no banco tradicional o processo pode demorar cerca de três meses, na Creditú, a pessoa pode calcular seu financiamento e assinar o contrato de compra e venda em 20 dias”, completa o executivo. No Chile, a Creditú realiza o processo em menos de uma semana.

A fintech estima fechar o primeiro ano de operação com R\$ 100 milhões em créditos originados, e R\$ 3,0 bilhões em 5 anos. Para começar, as linhas de financiamento oferecidas serão de até 90% do valor do imóvel, com prazo de até 35 anos e taxas a partir de 0,53% + IPCA a.m.

47. KLIVO

Startup com solução para pessoas com doenças crônicas recebe aporte de R\$ 45 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

Com atuação direcionada para solucionar lacunas do sistema de saúde no enfrentamento das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), a startup Klivo recebeu sua rodada Series A no valor de R\$ 45 milhões. Quem lidera o aporte foi a Valor Capital Group, dentro de sua nova iniciativa, o fundo IV.

Participam também outros grupos como Civilization Ventures, Tau Ventures e Reaction, além dos fundos brasileiros Canary, Norte Ventures e alguns investidores-anjo que já estavam desde o seed em 2020.

Fundada em 2019 por André Sa e Marcelo Toledo, a empresa tem o propósito de mudar o cenário da saúde no país quando o assunto está relacionado às DCNT (doenças crônicas não transmissíveis), como o diabetes, hipertensão, colesterol alto e obesidade, que requerem acompanhamento constante. “O sistema

de saúde é desenhado para o evento agudo e o paciente crônico precisa de um acompanhamento contínuo. Viemos para preencher esta lacuna do setor”, explica Sa.

O investimento recebido será destinado para o crescimento, ampliação das linhas de cuidado, além de eventuais aquisições. “A tecnologia tem contribuído muito para empoderar o setor de saúde. A Klivo humaniza o atendimento e aproxima usuários e profissionais do setor, entregando um serviço eficiente e de qualidade, que beneficia todas as partes envolvidas”, afirma Michael Nicklas, sócio do Valor Capital Group.

A healthtech ocupou o espaço de crônicos e conta com uma equipe de saúde multidisciplinar – composta por médicos, enfermeiros, nutricionistas, psicólogos e educadores físicos – que, aliada ao uso de tecnologia, devices e dados, possibilita um acompanhamento contínuo e personalizado aos seus membros 24 horas por dia.

Hoje, são mais de 21 mil membros sob seus cuidados, clientes relevantes como planos de saúde, autogestões, indústria farmacêutica e empresas, todos preocupados com a gestão e controle de seus custos de saúde. A pandemia antecipou várias tendências no setor e o aporte vem para consolidar a sua posição de pioneira na coordenação de cuidados à pacientes crônicos no Brasil. O sócio, Marcelo Toledo, reforça: “É um modelo já provado lá fora. O maior player global, a Livongo, que conta com mais de 410 mil pacientes, se juntou a Teladoc Health em 2020”.

“O potencial é enorme, visto que no Brasil, 52% das pessoas com 18 anos ou mais receberam o diagnóstico de pelo menos uma doença crônica em 2019. Viemos para simplificar e melhorar o setor da saúde com uso humano e inteligente da tecnologia, entregando mais qualidade de vida, melhora clínica e redução de custos”, explica Sa.

Marcos Toledo, managing partner da firma de venture capital Canary, que liderou o seed (US\$ 2,5 milhões), adiciona: “Desde os primeiros contatos, a experiência e a trajetória de André e Marcelo nos impressionaram muito no Canary,

bem como a visão que eles tinham para mudar a vida de pessoas com doenças crônicas e o mercado de saúde como um todo. Estamos bastante empolgados com os primeiros resultados que tiveram e animados com o que vem por aí no futuro da Klivo”.

48. TRUEPAY

Startup de pagamento por recebíveis recebe aporte de R\$ 176 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

A TruePay, startup que criou uma solução de pagamentos inovadora para ajudar no acesso a crédito grátis e seguro para pequenos e médios varejistas, acaba de anunciar um aporte Series A, de R\$176 milhões. Liderado pela Addition, o novo fundo de Venture Capital de Lee Fixel (ex-Tiger Global Management), o investimento é um dos maiores da América Latina para startups no mesmo estágio. O valor recebido será utilizado para continuar construindo tecnologia de ponta, para aumentar a capacidade de atendimento e, sobretudo, expandir o time. A fintech, que nos últimos meses cresceu 100% ao mês, agora projeta crescer 10 vezes até o fim de 2022.

Fundada por Pedro Oliveira e Luis Eduardo Cascão em dezembro de 2020 na cidade de São Paulo, a base de clientes da startup já chegou na casa dos milhares, operando em todos os estados brasileiros.

“Estamos honrados em contar com a confiança de alguns dos melhores investidores do mundo e das pessoas super talentosas que conseguimos trazer para a nossa missão. Para nós, um round desse tipo traz a dimensão do impacto que a TruePay vai fazer no mercado oferecendo crédito grátis para milhões de pequenos e médios varejistas no Brasil. O aporte também não deixa de ser uma confirmação do trabalho fantástico que nosso time está fazendo”, afirma Pedro Oliveira, CEO e cofundador da TruePay.

“Essa rodada será o combustível para continuarmos transformando a realidade dos pequenos e médios varejistas do Brasil. Nessa linha, a maior parte do

investimento será usada para atrair e desenvolver os melhores talentos no Brasil e em outros lugares, com foco em profissionais de engenharia de software, produto, dados e design”, explica Luís Eduardo Cascão, COO e cofundador da TruePay.

A TruePay está melhorando as relações comerciais entre a indústria e os varejistas, permitindo que varejistas comprem mais e melhor e que a indústria venda mais, sem risco. Para tanto, a empresa está construindo uma rede de pagamentos parcelados entre empresas, onde os vendedores (indústrias) concedem crédito sem serem expostos à inadimplência (a TruePay garante o pagamento) e onde os compradores (varejistas) acessam crédito para comprar estoque de seus fornecedores sem nenhuma taxa. Ao usar a TruePay, os varejistas podem acessar melhores condições de pagamento com seus fornecedores, fazendo compras com mais limite e com prazo de pagamento mais longo – assim, liberando capital de giro de suas operações.

“A força da solução da TruePay reside na convergência de um enorme mercado potencial, com um problema real e inexplorado, e uma equipe incrível”, afirma Lee Fixel (Addition). “Não é fácil encontrar essa combinação, por isso estamos felizes em apoiar a companhia”, observa.

Não é somente o valor de R\$176 milhões do aporte que impressiona. Em setembro deste ano a empresa despertou o interesse da Kaszek (Nubank, Credits) e da Monashees (Rappi, Loggi), dois dos maiores fundos de venture capital da América Latina que co-lideraram a rodada seed de R\$45 milhões – um dos maiores valores levantados no Brasil para uma empresa em estágio inicial. A rodada também contou com a participação dos fundos GFC e ONEVC.

“Os varejistas no Brasil são vítimas de um cenário onde eles demoram muito para receber e não tem prazo para pagar – carregando a economia do país nas costas sem nenhuma opção de capital de giro com preço justo para arcar com esse descasamento. Por isso, acabam recorrendo a soluções como antecipação de recebíveis a altas taxas nas adquirentes e à busca de crédito com juros descomunais nos bancos. Na outra ponta os fornecedores desses varejistas acabam tendo que escolher entre não vender ou dar crédito a eles, correndo o risco da inadimplência.

A TruePay nasceu para quebrar esse bloqueio e transformar a relação em ganha-ganha”, conclui Cascão.

49. PHYLLON BANK

Fintech do Paraná especializada em crédito consignado recebe aporte de R\$ 2 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

A Phyllon Bank, startup financeira que quer se tornar a maior do ramo de crédito consignado do país, recebeu um aporte de R\$ 2 milhões. E outros R\$ 5 milhões estão em fase de captação. Isso ocorre antes da fintech entrar em operação. Os nomes dos investidores não foram revelados.

Com foco no crédito consignado, um dos mais baratos para o consumidor, a Phyllon Bank quer promover a troca justa: mais rendimentos para quem investe e menos juros para quem precisa de crédito. À frente desse projeto inovador estão os amigos e especialistas em finanças Yasmin Melo e Lucas Araújo, ambos com vasta atuação no ramo de crédito consignado.

“Esta troca justa será possível porque a fintech chega com o propósito de fomentar o empréstimo entre as pessoas. “Os clientes querem mudanças e a nossa intenção é inovar o padrão atual do mercado financeiro, oferecendo mais rendimento para quem investe e juros menores para quem empresta”, afirma Yasmin. Para isso, a fintech vai trabalhar em parceria com os correspondentes bancários. Hoje, existem no país mais de 1,5 milhão de correspondentes.

Além de chamar a atenção de investidores, a nova fintech também tem despertado o interesse do público. Em setembro, a Phyllon Bank realizou uma turnê pelo país para a divulgação da sua marca. Percorreu algumas das principais capitais brasileiras e atingiu um público de cerca de 100 mil pessoas, que acompanharam os eventos de forma presencial e também pela internet.

O foco principal de atuação da Phyllon Bank é o crédito consignado, mas a empresa vai oferecer todas as operações de um banco digital, como pagamento

de contas e investimentos. Todas as operações poderão ser feitas pelo aplicativo da Phyllon, já disponível no sistema Android e também na versão para IOS. A plataforma já tem mais de quatro mil usuários ativos.

A expectativa dos sócios é que o banco entre em operação ainda este ano. E para cada conta aberta, uma árvore será plantada. A iniciativa é um dos compromissos da startup com o meio ambiente.

50. LTK

Plataforma de marketing de influenciadores recebe aporte de US\$ 300 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

A LTK (anteriormente conhecida como rewardStyle e LIKEtoKNOW.it), plataforma de marketing de influenciadores, anunciou hoje uma rodada de investimento de US\$ 300 milhões do SoftBank. Após o aporte, a empresa texana foi avaliada em US\$ 2 bilhões.

“Dez anos atrás, começamos com a missão de tornar criadores, como eu, o mais economicamente bem-sucedidos possível”, disse Amber Venez Box, cofundadora e presidente da LTK. “Este investimento valida ainda mais as oportunidades atuais e futuras para criadores de todo o mundo, colocando suas habilidades em uso na plataforma”.

A LTK tem sido lucrativa por muitos anos, com um forte crescimento na linha de frente que é impulsionada pela demanda de experiências de compra guiadas por criadores da empresa, conforme os consumidores adotam cada vez mais as compras online. No ano passado, os consumidores compraram mais de US\$ 3 bilhões em produtos de moda, beleza, fitness, casa e lifestyle dos criadores da LTK, incluindo as vendas geradas por meio das LTK Creator Shops™, a plataforma de compras da LTK, blogs e mídia social.

“Acreditamos que haja uma mudança de paradigma na forma como os consumidores compram, o que destacou o enorme papel que os criadores desempenham ao guiarem a experiência do varejo online”, disse Lydia Jett, sócia da

SoftBank Investment Advisers. “A LTK construiu uma plataforma de compras integrada que agora atinge milhões de consumidores mensais em mais de 100 países. Estamos animados com a parceria da Amber Venz Box, Baxter Box e equipe para apoiarmos a defesa de longo data dos criadores globais da LTK à medida que em que continuam a crescer”.

O investimento do SoftBank Vision Fund 2 será usado para agilizar as iniciativas de crescimento. A empresa planeja contratar novos talentos em toda a sua organização, para acelerar o crescimento da sua plataforma de tecnologia 360º, com novos produtos para criadores, marcas e consumidores e para expandir sua presença internacional.

“O SoftBank Vision Fund 2 compartilha nossa visão e amplia nossa ambição, e estou orgulhoso de recebê-los na LTK enquanto construímos o futuro da creator economy”, disse Baxter Box, cofundador e CEO da LTK.

51. WHATSLLY

Startup de integração com foco em relacionamento entre WhatsApp e CRM recebe aporte de US\$ 11 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 23 de novembro de 2021.

A Whatslly, startup israelense pioneira na integração com foco em relacionamento entre WhatsApp e CRM, recebeu um aporte seed de US\$ 11 milhões – mais de R\$ 50 milhões – em rodada inicial de investimentos com a liderança do fundo de venture capital Zeev Ventures, que levou quase uma dúzia de empresas ao status de unicórnio e com a participação de nomes de influência, como Sérgio Fogel, cofundador do unicórnio dLocal, GTMfunds e Base Partners. Esta última, uma gestora brasileira que investe globalmente em empresas de tecnologia como Zoom, Stripe e Nubank.

Diante do crescimento e popularidade das mensagens instantâneas, impulsionados pelo distanciamento social, a startup identifica no segmento a falta de visibilidade e distanciamento das interações entre empresas e seus clientes.

Sendo assim, de maneira visionária, a tecnologia da Whatslly incorpora ao WhatsApp o serviço de CRM da Salesforce de forma a diminuir esta brecha entre as ferramentas principais do dia a dia dos times.

“Nossa solução permite acessar e gerir as informações de seus clientes em tempo real, pelo WhatsApp, permitindo com isso beneficiar os três principais públicos: o usuário com ganhos de produtividade, relacionamento e efetividade; o cliente na personalização das tratativas e da melhoria da experiência como um todo e o gestor, possibilitando visualizar, entender e atuar com mais transparência e com recursos de inteligência artificial as etapas do seu ciclo de vendas”, comenta Deborah Wanzo, brasileira cofundadora da Whatslly.

Curiosamente, a startup nasce em um ambiente digital a distância, uma vez que Deborah, residindo no Brasil, e Yanir Calisar, de Israel, sedimentaram o negócio por mensagem de texto, sem antes terem se conhecido presencialmente. Hoje, o principal foco da Whatslly é resolver o ponto crítico para diversas empresas em todo o mundo, principalmente no Brasil, onde 80% dos usuários utilizam o serviço do WhatsApp para se comunicar com as companhias e 57% já utilizam a plataforma para compra de produtos e serviços.

“Mesmo com ambições globais, o Brasil tem se destacado como a principal oportunidade para a Whatslly no mundo – uma vez que o País é o segundo maior mercado para o WhatsApp e este tem se consolidado como o canal de comunicação e vendas preferido entre consumidores e empresas. O crescimento expressivo da Whatslly é uma comprovação de que a solução que criaram com a startup deixa esta relação ainda mais forte e eficiente”, afirma Eduardo Latache, general partner de Base Partners.

De olho no mercado nacional e latino-americano, a startup pensa em expandir o negócio em todas as frentes e em outros canais, além de criar centenas de empregos até o próximo ano. Desde a implementação de sua tecnologia, a empresa já detém mais de 70 clientes, como XP Investimentos, Telefônica (Vivo), Hotmart, Edenred (dona da Ticket), Volkswagen, Empiricus (do Grupo BTG), além de milhares de usuários em 35 países.

Simplicidade por meio da junção de serviços

A Whatslly é uma parceira oficial do AppExchange da Salesforce que conecta o WhatsApp (tanto comum quanto o Business) no Salesforce. A falta dessa integração proposta pela Whatslly, até então, exigia que representantes comerciais inserissem (no melhor dos casos) manualmente as informações importantes no CRM – plataforma de gerenciamento do relacionamento com clientes – ocasionando a perda de um tempo precioso na hora de fechar negócios. “A solução se diferencia das populares plataformas de chatbots e de envios massivos, já que é focada no relacionamento. A junção da plataforma da Salesforce com o WhatsApp otimiza o futuro da gestão das companhias do País, resignificando a maneira de interagir e engajar com os clientes, de forma simples, rápida e confiável”, comenta Calisar, CEO e co-fundador da Whatslly.

52. Z1

Startup que oferece conta digital para adolescentes recebe aporte de R\$ 55 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 24 de novembro de 2021.

A Z1, fintech brasileira que inovou criando uma conta digital com cartão para ajudar jovens e adolescentes a conquistar sua independência financeira, acaba de receber um aporte de capital.

A nova rodada Série A de R\$ 55 milhões (US\$10 milhões), foi liderada pela Kaszek Ventures, um dos maiores fundos de venture capital “early stage” da América Latina, criado em 2011 pelos mesmos fundadores do Mercado Livre e que já investiu em outras startups de peso, como Nubank, Kavak, Credits e Quinto Andar. A rodada também foi acompanhada pelos fundos MAYA Capital, Homebrew, Clocktower e Mantis, o fundo da dupla de DJ’s The Chainsmokers.

A rodada acontece apenas 6 meses após a rodada seed da Z1, que foi liderada pelo fundo americano Homebrew e arrecadou R\$ 14 milhões (US\$ 2,5 milhões). Antes disso, a fintech já havia recebido aportes anteriores do MAYA

Capital, conduzido por Lara Lemann, e dos fundadores da 99, Ariel Lambrecht e Renato Freitas. Na mira dos grandes investidores, este ano também contou com recursos de uma das maiores aceleradoras do mundo, a Y Combinator – conhecida por investir em empresas como Airbnb, Twitch e Dropbox.

O Cofundador e presidente da Z1, João Pedro Thompson, diz que ele e os sócios, Thiago Achatz, Mateus Craveiro e Sophie Secaf, não estavam pensando em captar, mas encontraram na Kaszek um parceiro excepcional para a empresa. “Começamos as conversas com o Kaszek em julho, e desde o início ficou claro que havia um alinhamento muito grande entre nós de visão e entendimento da oportunidade”, ressalta. “Acreditamos que eles são o parceiro ideal para essa próxima fase de crescimento acelerado da Z1, dado a experiência deles em criar o Mercado Livre, uma das maiores empresas de tecnologia da América Latina”.

Diferentemente de produtos similares em outros países, que focam seu produto e comunicação nos pais, a Z1 foca nos adolescentes para que eles alcancem a autonomia financeira. “Fundamos a Z1 porque acreditamos no potencial dessa geração, e não achamos que ela deve continuar excluída da economia digital dado que em muitos casos ela já trabalha ou quer ter uma relação com dinheiro e buscar autonomia e independência desde cedo”, destaca Sophie Secaf, que entre o grupo de fundadores é a responsável pela área de marketing. “A proposta da Z1 é única, dado que nascemos com o propósito de melhorar a vida dos jovens e entendemos e compartilhamos suas dores e sonhos.”, explica Sophie.

“A geração Z já é a maior geração do mundo hoje, representando cerca de 30% da população brasileira e mundial. Quem conseguir entender e conquistar essa geração colherá os frutos nos próximos anos. Acreditamos que o time da Z1 é o mais preparado no mercado para fazer isso, dado o propósito genuíno por trás da proposta da empresa e o conhecimento profundo que os fundadores têm do cliente”, afirma o sócio da Kaszek, Nico Berman.

Com grandes poderes vêm grandes responsabilidades

O objetivo da Z1 é colocar os jovens e adolescentes no comando de sua vida financeira de forma responsável e descomplicada. Para isso, oferece a eles uma

conta digital, com cartão Mastercard, que pode ser movimentada por meio de aplicativo no celular. O cartão é aceito tanto em lojas virtuais quanto físicas, além dos serviços online mais utilizados por esse público, como streamings e jogos. Anteriormente a fintech cobrava uma taxa única mensal de R\$ 10, mas a partir de agora, oferecerá seu produto gratuitamente.

Já como forma de estimular a educação financeira dos correntistas, a fintech usa redes sociais como o TikTok, para oferecer várias dicas sobre o tema. Os conteúdos são feitos em parceria com a comunidade Z1, formada por influenciadores digitais e os embaixadores Z1, grupo composto por jovens ativistas com idades entre 17 e 24 anos que representam e atuam em diversas causas importantes para esta geração.

Com o novo aporte de capital, os fundadores da Z1 pretendem aumentar o alcance do produto da empresa para milhões de clientes da Geração Z, com planos de multiplicar sua base em dez vezes no próximo ano. Posteriormente, novas funcionalidades serão adicionadas para reforçar ainda mais a inclusão e educação financeira da sua base de clientes.

O salto no número de clientes deverá vir acompanhado de um crescimento no time da Z1. “Atualmente contamos com uma equipe de 60 pessoas incríveis, e queremos dobrar esse número dentro dos próximos 3 a 4 meses, com contratações nas áreas de tecnologia, produto, marketing e experiência do cliente, para seguir construindo uma experiência única para a nova geração”, finaliza João Pedro.

53. HISOFI

Fintech brasileira vence o Finance Forward América Latina 2021 e recebe aporte de US\$ 30 mil

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 24 de novembro de 2021.

A hiSofi, startup brasileira que permite que os consumidores de crédito decidam como desejam saldar suas dívidas, recebeu aporte de US\$ 30 mil, após ser

uma das três fintechs vencedoras da edição 2021 do Finance Forward América Latina, programa que tem o apoio da MetLife Foundation e da Moody's, e visa valorizar as startups que desenvolvem soluções tecnológicas para a saúde financeira da região. Além dela, Akiba e ContaAyuda, ambas do México, foram selecionadas e receberão aportes de US\$ 40 mil e US\$ 30 mil, respectivamente.

Criada em 2019, em São Paulo, a hiSofi tem a missão de capacitar e empoderar os clientes de crédito a liquidarem suas dívidas, fornecendo um canal para comunicar suas propostas aos seus credores de forma amigável e segura. Ela oferece às instituições financeiras uma maneira digital e sem estresse de alcançar seus clientes de crédito e cobrar dívidas, envolvendo o cliente com uma abordagem positiva e dando a ele voz sobre como deseja saldar as despesas. Para Tatiana Pomar, fundadora e CEO da hiSofi, ser finalista no Finance Forward é um exemplo de que estão no caminho certo. “É muito gratificante, ao final de semanas intensas de aceleração junto a tantos empreendimentos incríveis da América Latina, encerrar como uma das 3 empresas selecionadas”, declara a executiva.

Este é o terceiro ano consecutivo em que a MetLife Foundation é parceira da Village Capital e, desde então, já apoiou os programas de aceleração em saúde financeira de fintechs brasileiras como: Akredito, Monetus, Movva, DinDin e CloQ. Para a MetLife, participar do Finance Forward e ser parceiro da Village Capital é uma oportunidade de contribuir para o incentivo de programas que auxiliam a fomentar a educação financeira no Brasil. “Estamos muito satisfeitos em apoiar este programa na região e ter uma fintech brasileira entre as finalistas é motivo de muito orgulho. Acredito que, com este tipo de projeto, que foca não somente em aporte financeiro, como também de mentoria, contribuiremos para o desenvolvimento do País”, comenta Breno Gomes, CEO da MetLife Brasil.

“A saúde financeira é uma força poderosa para a estabilidade econômica e mobilidade na América Latina”, disse Daniel Cossío, Diretor Regional da Village Capital da América Latina. “A criatividade e a força disruptiva dos empresários, aliadas à grande empatia que sentem por suas comunidades, fazem deste setor uma ferramenta imparável para a nossa região. A pandemia de Covid-19, a crise

econômica e as populações sub-bancarizadas começam a ter alternativas tecnológicas para visualizar uma recuperação econômica regional”.

“A Moody’s acredita no poder do conhecimento para empoderar pequenas empresas em crescimento. Essas startups estão dando resultados”, disse Marina Rosemberg, Country Manager da Moody’s Argentina. “Com os recursos e currículo do Finance Forward da Village Capital, acreditamos que haverá uma mudança positiva na criação de soluções a longo prazo em suas comunidades”, acrescentou.

Na etapa 2021 do Finance Forward, mais de 90 startups de 11 países latino-americanos se inscreveram para o programa. As 12 melhores foram selecionadas para fazer parte do cohort e participaram de oficinas virtuais, encontros com analistas de investimentos, investidores da América Latina e dos Estados Unidos e parceiros do ecossistema, com o objetivo de desenvolver networking e receber orientações de potenciais para escalonar os negócios.

54. Cuidas

Healthtech Alice adquire startup focada no uso da atenção primária na saúde

NEWSLETTER STARTUPI.

Quarta-feira, 24 de novembro de 2021.

A healthtech Alice, primeira gestora de saúde do Brasil, anunciou a compra da Cuidas, startup de tecnologia focada no uso da atenção primária na saúde para melhorar a qualidade de vida de funcionários de seus clientes.

Um dos principais objetivos da operação é a integração ao time da Alice dos talentos das áreas de engenharia, tecnologia e saúde, como médicos e enfermeiros, da Cuidas. O valor da operação não foi divulgado.

“Alice e Cuidas possuem a mesma visão sobre o futuro da saúde. Ambas as empresas têm a convicção de que atenção primária e tecnologia formam o caminho para a reconstrução da saúde no Brasil”, revela André Florence, cofundador e CEO da Alice. “Estamos ansiosos para trabalharmos juntos e tornar o mundo mais saudável”.

Fundadores da Cuidas, Deborah Alves e João Vogel – que agora passam a integrar o time da Alice – veem na aquisição a oportunidade de unir forças com um parceiro capaz de construir “nada menos que uma das maiores empresas de saúde do Brasil”.

“Estamos impressionados com o time que a Alice montou e segue construindo. A Alice foi capaz de crescer de 500 para 5000 membros em 12 meses, o que lhes permitiu captar grandes rodadas de investimento, incluindo o maior Series B da história de healthtech do Brasil, e portanto também atrair e reter os melhores talentos do mercado”, afirma João Vogel.

Em carta aberta aos funcionários da Cuidas, João e Deborah também escreveram que estão “verdadeiramente emocionados” com o momento e “exageradamente empolgados” por agora fazerem parte da Alice. “Juntos, vamos chacoalhar esse sistema de saúde caótico que temos hoje. Vamos, juntos, provar ao Brasil que é possível entregar um melhor equilíbrio entre acesso e qualidade em saúde”, dizem em nota.

Mercado Corporativo

O debate sobre a saúde dos colaboradores nas empresas vem ganhando cada vez mais relevância no meio empresarial. E as soluções tradicionais de planos de saúde têm se mostrado insuficientes para melhorar a qualidade de vida dos funcionários.

“A aquisição da Cuidas vai na direção de uma movimentação que a Alice começou a fazer em 2021 e pretende atender no próximo ano com força total: o mercado B2B”, explica Florence.

“A Alice tem por pilares saúde mental, sono, alimentação e atividade física, que são exatamente os desafios que as empresas têm com seus funcionários, sobretudo desde o início da pandemia”, conta Florence. “A Cuidas significa um reforço em nossas equipes para atender a essa demanda”.

Estudos conduzidos pela Alice em 2021, com base na metodologia científica EUROQOL-5D, mostram que 90 dias com o apoio do Time de Saúde da

healthtech foram suficientes para que 80% dos membros com um baixo índice de qualidade de vida melhorassem seus indicadores.

No mesmo período, 75% dos diagnosticados com depressão, assim como 75% dos diagnosticados com ansiedade, apresentaram melhoras do quadro. Além disso, 58% dos membros aumentaram a quantidade de minutos dedicados à atividade física por semana.

“É possível ter funcionários mais felizes e saudáveis dentro das empresas”, complementa o CEO. “O Super App e, agora, a aquisição da Cuidas, fazem parte de uma mesma visão nossa de futuro: reconstruir a maneira como os brasileiros se relacionam com a sua saúde”.

Expansão para todo o país

O anúncio da aquisição da Cuidas vem na esteira do lançamento do super aplicativo da Alice, realizado no começo do mês de novembro.

Quem baixa o app da Alice agora tem acesso a todas as ferramentas de gestão de saúde da healthtech sem qualquer custo. Além disso, também estão disponíveis consultas digitais avulsas com nutricionistas, psicólogos e preparadores físicos por preços a partir de R\$ 79,90.

Quem precisar de atendimento imediato pode acessar o Alice Agora, ferramenta no app que suporta formatos de texto, áudio ou vídeo. Os enfermeiros e médicos da Alice estão disponíveis 24 horas por dia para consultas remotas de, em média, 1 hora, com acompanhamento posterior. Hoje, 88% das queixas de saúde dos membros da Alice são resolvidas por meio desse canal — sem que eles precisem sair de casa.

55. HUBLA

Hubla recebe aporte de R\$ 60 milhões da Kaszek para impulsionar a creator economy no Brasil

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 25 de novembro de 2021.

Plataformas digitais como Youtube e Instagram pavimentaram o caminho para o que hoje chamamos de creator economy. Ao mesmo tempo que essas gigantes permitiram que qualquer pessoa, em qualquer lugar do mundo conquistasse sua legião de seguidores, elas deixaram pouquíssimo espaço para a monetização. Apenas 1% dos criadores de fato ganham dinheiro com seus conteúdos.

Na nova era da internet, são necessárias novas soluções que ajudem os criadores a obter independência editorial e financeira, e a Hubla surgiu para suprir essa demanda. A startup acredita que a melhor maneira de construir um negócio online é por meio de comunidades pagas hospedadas em aplicativos de mensagens muito populares, principalmente no Brasil. Sua plataforma permite que os criadores construam um ambiente exclusivo, onde seus fãs pagam para participar desse hub.

O modelo de comunidades já é popular no Brasil, mas difícil de escalar, pois envolve muito trabalho manual. A Hubla oferece toda a infraestrutura necessária para gerenciar uma comunidade: sistema de pagamento completo, painel financeiro, automação de gestão de membros e ferramentas de vendas personalizáveis. Com a solução, influenciadores como Alessandra Marquiori, ex-fisiculturista que já trabalhava com comunidades, conseguiu aumentar seu faturamento 7,5 vezes em seis meses.

Alessandra explica: “Antes do Hubla, eu tinha cinco telefones celulares diferentes para organizar grupos. Meu marido e eu passávamos a noite em claro para atender à demanda. Agora não me preocupo mais com isso, posso me concentrar na criação de ótimos conteúdos”.

Fundada em 2020, a startup acaba de anunciar uma Série A de R\$60 milhões. O financiamento, liderado pela Kaszek, principal fundo de Venture Capital da América Latina, com a participação de FJ Labs, Big Bets e Kevin Efrusy, um dos primeiros investidores do Facebook, irá para a criação de novas soluções para criadores, possibilitando que eles desenvolvam negócios lucrativos. A startup pretende criar o futuro do trabalho.

Para Hernan Kazah, cofundador e sócio-gerente da Kaszek, “Hubla está capacitando a creator economy na América Latina com uma plataforma fantástica que permite que donos de comunidades construam negócios de muito sucesso em vários campos, como investimentos, música e gastronomia. Essa será uma parte significativa do futuro do trabalho e uma grande fonte de conteúdo de alta qualidade para milhões de usuários”.

Em 2021 a Hubla, antes ChatPay, quintuplicou o seu faturamento. A empresa acaba de reposicionar a marca e espera acelerar ainda mais seu crescimento em 2022.

“A adoção da tecnologia por parte dos consumidores criou várias oportunidades que estão redefinindo a maneira como as pessoas trabalham. Agora, existem inúmeras possibilidades e um mercado enorme para criar um negócio online e monetizar seu hobby, talento ou expertise. Por exemplo, uma personal trainer não precisa mais vender suas aulas linearmente na academia. Agora ela pode criar uma comunidade para ajudar pessoas a terem uma vida saudável e faturar muito mais, com menos trabalho”, explica Arthur Alvarenga, CEO da Hubla.

56. HUB HOME BOX

Startup de clubes de assinatura recebe investimento de Carol Paiffer

NEWSLETTER STARTUPI.

Quinta-feira, 25 de novembro de 2021.

O Hub Home Box, marketplace especializado em clubes de assinatura, foi uma das startups selecionadas para a edição 2021 do Programa Shark Tank Brasil da Sony. Fundada há um ano pela empreendedora Luciana Pimenta, a startup já é o maior e-commerce especializado em clubes de assinatura do país, contando com cerca de 100 clubes associados.

Este mercado ainda tem muito potencial no Brasil. Um estudo da ABCOMM (2020) aponta que as compras por assinatura movimentam no Brasil ao menos R\$ 1 bilhão ao ano, contando com mais de 4 mil empresas. Esse potencial

atraiu a CEO e sócia-fundadora da ATOM S/A Carol Paiffer, que decidiu investir no negócio.

A ideia inicial era oferecer aos “tubarões” 15% da empresa em troca de um aporte de R\$ 940 mil, mas Carol pediu 35%, no mínimo, em troca do mesmo valor. Após consultar seu sócio, Bruno Barasch, a contraproposta feita por Luciana foi de 30%, com condição de haver uma nova renegociação em um ano. Indagada a respeito de o porquê a proposta deveria ser aceita, Luciana foi enfática. “Amo o que faço, acredito muito neste projeto e estou 100% dedicada, querendo que este mercado cresça.” Convencida, a investidora pretende implementar melhorias no negócio. “Há muito a ser feito, principalmente nas áreas de marketing e ações com influenciadores, além de investir nos relacionamentos B2B e B2C, mas pode contar comigo”.

Oportunidade na dificuldade – A frase de Platão “a necessidade é a mãe de todas as invenções” pode ser perfeitamente aplicada ao mundo dos empreendedores. E foi por conta de uma necessidade que Luciana identificou que havia ali uma oportunidade de criar um negócio lucrativo. “A partir de uma experiência pessoal, identifiquei que, de um lado, localizar clubes de assinatura não era uma tarefa fácil, mesmo com os recursos digitais atuais e que, de outro, muitas empresas poderiam transformar suas soluções e produtos em uma assinatura.

Desta forma, nasceu o Hub Home Box, um verdadeiro ponto focal sobre clubes de assinatura para diferentes perfis de consumidores no Brasil. Com este investimento, vamos expandir nossa equipe, promover aprimoramentos no portal e fortalecer nossas campanhas de comunicação com consumidores e de relacionamento com os clubes, acelerando nosso plano de expansão”, afirma a fundadora e CEO da Hub Home Box.

O marketplace já conta com 70 mil sessões por mês e um ticket médio de R\$ 120. As vendas vêm crescendo mês a mês, com destaque para assinaturas nas áreas de atividades manuais, alimentos e lingerie. Estima-se que, em média, por dia, 600 novos consumidores assinem os mais diversos tipos de pacotes no mercado brasileiro como um todo.

Para além dos já conhecidos clubes de bebidas (vinhos, cervejas), comidas (orgânicas), flores e livros, o campo nesta área ainda é vasto, vem crescendo de forma consistente nos últimos cinco anos e ganhou um impulso ainda maior com a pandemia. “A minha ideia não era somente fazer parcerias com clubes de assinaturas, mas também de trazer visibilidade e suporte para os empreendedores e microempreendedores que não podem contar com altos investimentos”, revela.

A diferença entre o clube de assinatura e uma encomenda comum é que os clubes são um serviço regular e dão aos assinantes experiências personalizadas de recebimento. Desde o detalhe da caixa até a seleção de produtos, a sensação que o cliente tem ao receber seu kit é a de ganhar um presente. “As boxes chegam na casa das pessoas sempre com alguma surpresa além do produto esperado, como um brinde inusitado, uma guloseima ou um cartão personalizado de agradecimento”, explica Luciana Pimenta.

O Hub Home Box oferece expertise com a criação e com a logística aos novos empreendedores associados. “Trata-se de um serviço exclusivo para facilitar a entrega dos combos e oferecer uma experiência única ao cliente, sem que ele receba nada atrasado ou danificado”, diz. O consumidor tem ainda benefícios como desconto na primeira compra e acesso a um programa de fidelidade. Já os clubes, além da visibilidade e estratégias de comunicação conjuntas, têm acesso ao Sistema de Controle e Gestão de Assinantes e orientações, itens que reduzem de forma significativa a necessidade de investimento inicial para empreendedores que desejem ingressar nesta área.

57. POPAI

Foodtech de snacks veganos capta R\$ 1,6 milhão via EqSeed e mostra o potencial do setor

NEWSLETTER STARTUPI.

Segunda-feira, 29 de novembro de 2021.

A startup de snacks plant based Popai acaba de anunciar a captação de R\$ 1,6 milhão via EqSeed, principal plataforma de venture capital online do Brasil. A rodada de investimentos contou com um ticket médio de R\$ 16,3 mil e 69% do valor aportado foi realizado por investidores qualificados, isto é, com investimentos financeiros declarados superiores a R\$ 1 milhão. Nos próximos 12 meses, a foodtech, que utiliza inteligência artificial para desenvolver produtos e sabores, pretende expandir a estrutura do e-commerce, aumentar a equipe comercial e o portfólio de produtos, além de chegar a mais de R\$ 3 milhões de receita bruta.

Presente em mais de 890 pontos de vendas, entre eles os supermercados Guanabara, Zona Sul, Prezunic, Super Market, Americanas e Mundo Verde, a startup carioca também começou a exportar seus snacks: em agosto, seus produtos começaram a chegar nas prateleiras dos supermercados em Portugal. Atualmente, o portfólio da Popai conta com 16 opções de snacks divididos em quatro categorias — cubos de frutas energéticas, cubos de frutas proteicas, granola premium e chips de mandiocas.

Esse movimento vai ao encontro de grandes tendências. A primeira é a redução no consumo de carne, observada de forma considerável já em 2020: 47% da população brasileira come menos carne, de acordo com pesquisa encomendada pelo Good Food Institute Brasil e realizada pelo Ibope. Outra tendência é a crescente preocupação com o meio ambiente, que é fortemente impactado pela pecuária bovina — ela é responsável por metade das emissões de gases de efeito estufa no mundo, segundo o Greenpeace. Isso tudo para não falar no sucesso dos snacks, que é o mercado alvo da Popai.

Para Brian Begnoche, economista e sócio-fundador da EqSeed, a Popai faz parte de uma tendência dos consumidores de se alimentarem de forma saudável e por estar inserida em um mercado propício a fusões e aquisições. “O mercado healthfood é enorme lá fora há tempos, e agora essa demanda está sendo replicada por consumidores aqui no Brasil. Cada vez mais brasileiros querem mais opções de alimentação saudável, e estão dispostos a pagar mais. Faz sentido para as grandes

empresas de alimentação aumentar seus “cardápios”, muitas vezes através de aquisição de empresas com produtos excelentes e marca já estabelecida com os consumidores. Acredito que os investidores viram essa combinação como oportunidade,” diz o executivo.

O mesmo ponto de vista é compartilhado por Sergio Ávila, um dos investidores qualificados que participaram do aporte. “O consumo plant based está crescendo fortemente no Brasil e no mundo, isso já é perceptível para o mercado. O que a Popai fez é explorar um nicho específico dentro desse contexto, o de snacks, em que as opções não costumam ser muito saudáveis. A convergência entre essas áreas cria uma boa probabilidade de exit, como demonstra a aquisição da Latinex pela M. Dias Branco, com foco na inclusão de snacks saudáveis no portfólio”, pontua o investidor, que contribuiu com cerca de R\$ 400 mil na captação realizada pela startup.

De acordo com Arthur Vaz, fundador e CMO da Popai, as rodadas de investimento realizadas pela EqSeed facilitam a captação de recursos pelas empresas que querem investir no negócio e aumentar a participação no mercado. “Temos ganhado tração no mercado e precisávamos acessar capital de uma maneira ágil, segura e descomplicada para seguir nosso ritmo de expansão. Com a EqSeed, conseguimos fazer uma rodada bem rápida e nos conectarmos com investidores qualificados para nos ajudar nessa próxima etapa,” afirma.

Da engenharia ao mercado

Arthur Vaz traz consigo uma história interessante de empreendedorismo. Sua formação se distancia do mercado de alimentos; ele é engenheiro de produção e possui passagens por empresas como BRF e Coca-Cola. Simultaneamente, sempre levou uma vida ligada à alimentação saudável e atividades físicas. Bem “natureba”, como se descreve.

Em 2016, teve a ideia inicial que se transformaria na Popai, enquanto ainda atuava na BRF como Analista de Inteligência de Marketing. Seguiu com os estudos, agora incluindo Master em Business Intelligence (BI) e MBA Executivo em Business Analytics e Big Data, além de vários outros cursos. O foco se voltou para a

inteligência artificial, que seria aplicada no desenvolvimento e aprimoramento de produto. Essa tecnologia se tornou o ponto central da inovação que a Popai traria ao mercado.

Ao mesmo tempo, Arthur buscou incluir no seu negócio pessoas que compartilhavam o propósito e os valores da startup, estabelecendo assim o maior ativo da empresa que é o humano. Uniram-se a ele os sócios Danilo Glagiardi Carrusca, engenheiro civil e também fortemente ligado ao estilo de vida saudável e esportivo; e Igor Poltronieri, formado em economia, atleta amador e entusiasta da alimentação natural.

A trajetória do fundador diz muito sobre as decisões tomadas no negócio. Vaz sempre destaca sua proximidade com o contexto da Popai, mostrando que se trata de um objetivo não só comercial, mas de princípios e ideais.

Agenda ESG

Além da alimentação saudável, a preocupação com a agenda ESG norteia as práticas desenvolvidas pela equipe da foodtech. Buscando evitar o desperdício e geração de lixo para o meio ambiente, a startup desenvolveu uma embalagem de plástico retornável para os produtos e implementou o programa “Volta Embalagem”, de logística reversa para a devolução desse material.

Para incentivar os consumidores a aderirem à prática, a Popai firmou parcerias com estabelecimentos a fim de dar descontos na compra dos produtos por clientes que devolvem as embalagens da marca. O programa já conta com quatro lojas que servem como pontos de coleta no Rio. Quando as compras dos snacks são realizadas pelo site da marca, as embalagens podem ser devolvidas diretamente para a fábrica. Além do desconto, o consumidor pode optar por pontos que podem ser trocados por produtos do e-commerce da marca como boné, caneca e chinelo ou ganhar.

“Destinamos as embalagens para cinco cooperativas. Buscamos oferecer produtos veganos saudáveis que sejam acessíveis para as pessoas. Por isso, nosso processo criativo tem como base o uso da inovação e está sempre aliado à preocupação com o meio ambiente e os impactos para a sociedade”, explica Arthur.

Próximos passos

Agora, com o aporte em caixa, a ideia da empresa é desenvolver soluções inovadoras para produtos plant based meat, alimentos à base de plantas para substituir produtos de origem animal. A iniciativa, desenvolvida junto à Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e parceiros, dará à Popai a propriedade intelectual do produto, que terá textura, aparência e sabor semelhantes ao da carne animal.

Dados do setor mostram que o produto tem um amplo mercado consumidor com grande potencial de crescimento a ser explorado. Recentemente, o fundo de venture capital Atlântico divulgou um relatório que mostra que, pelo menos uma vez por semana, 59% dos brasileiros consomem proteína de origem vegetal, superando a frequência de carne de porco e peixe à mesa. Sobre o hambúrguer vegetal, 44% dos consumidores afirmaram nunca ter provado, mas gostariam de experimentar.

“Há um movimento global acerca do incentivo ao consumo consciente e acredito que a tecnologia tornou economicamente viável a produção em escala de alimentos saudáveis, harmonizada a uma agenda que proteja o meio ambiente. Nós da Popai estamos orgulhosos em fazer parte dessa revolução”, finaliza Vaz.

58. AZOS

Startup especializada na comercialização de seguros on-line recebe aporte de R\$ 55 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 30 de novembro de 2021.

Especializada na criação e na comercialização de seguros on-line e por meio de parcerias com corretores, a insurtech Azos recebeu um investimento de R\$ 55 milhões para ampliar as suas soluções tecnológicas e desenvolver novas linhas de produtos. A rodada de investimento foi liderada pelo fundo Prosus e contou novamente com a participação do Kaszek Ventures, Maya Capital e Propel.

Fundada em 2020, a Azos tem se notabilizado por democratizar o acesso ao seguro de vida no Brasil ao oferecer aos consumidores coberturas que se adaptam às suas necessidades individuais, muitas vezes a um custo menor, e por trazer inovação ao um mercado, cujos principais players, ainda carecem de flexibilidade e transparência por, não raro, obrigarem segurados a pagar um prêmio por seguros que nem sempre desejam ou precisam. A empresa oferece apólices com contratação digital em menos de um dia, na contratação de muitas seguradoras que levam, em média, 10 dias.

“A falta de transparência, preços elevados e longos tempos de espera com os produtos de seguro de vida atuais são apenas alguns dos motivos pelos quais muitos consumidores e corretores negligenciam a compra ou a venda de seguro de vida. Criamos a Azos justamente para resolver esses problemas. Aproveitando a tecnologia e a ciência de dados para automatizar nosso processo de contratação, oferecemos um produto novo e simplificamos o processo para qualquer pessoa ter acesso ao seguro de vida”, disse o CEO da Azos, Rafael Cló.

Trata-se da segunda captação da startup. Os R\$ 13 milhões captados em 2020 proporcionaram o início e o desenvolvimento da operação em abril deste ano. Desde então, a insurtech já acumulou quase R\$ 3 bilhões em capital seguro e, com a segunda rodada de investimento, pavimentou o caminho para crescer mais de cinco vezes em 2022.

A Azos usará o novo investimento para expandir a empresa, aprimorar a tecnologia e lançar novos produtos, assim como ampliar o acesso à educação sobre proteção e planejamento financeiro. Além disso, parte do investimento irá para o portfólio de produtos tanto para os clientes quanto para os corretores parceiros. A empresa tem atualmente uma lista de espera com mais de 500 corretores interessados em se tornarem parceiros de distribuição.

“O novo investimento é condizente com o crescimento que a Azos tem alcançado desde sua entrada no mercado. A expectativa é de crescer ainda mais, permitindo o desenvolvimento de soluções tecnológicas e novas linhas de produtos para nossos parceiros”, acrescenta Cló.

A captação chega em um momento importante para o mercado segurador brasileiro, que apresentou crescimento consistente em 2021. Nos primeiros sete meses deste ano, o setor de seguros faturou R\$ 172 bilhões, o que representa um crescimento de 16,4% em relação ao ano anterior. Ainda assim, estima-se que apenas 15% da população do país possui seguro de vida.

“O mercado de seguros no Brasil é dominado por poucas empresas. Além disso, o seguro de vida no Brasil teve pouca inovação. Em linha com nossa tese de investimento, para focar em setores da economia onde a tecnologia pode levar a mudanças significativas no comportamento do consumidor e na economia, prevemos que o seguro de vida seja a próxima grande indústria pronta para transformação no Brasil”, comentou Banafsheh Fathieh, Chefe das Américas Investimentos, Prosus Ventures.

“Acreditamos no potencial da Azos para inovar neste mercado para defender os interesses do consumidor e acreditamos neste time para revolucionar o seguro de vida no Brasil”, acrescenta Fathieh.

59. INDIIP

Startup recebe aporte para desenvolver plataforma com informações qualificadas e padronizadas sobre medicamentos

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 30 de novembro de 2021.

A Token, através de sua venture builder Token UP, lançou seu primeiro aporte em startups, para o lançamento da healthtech Indiip, um acrônimo para Intelligent Drug Information and knowledge and Integration Platform. A Indiip nasceu para disponibilizar ao ecossistema de saúde informações qualificadas, confiáveis e padronizadas sobre medicamentos, com informação duplamente verificada, tanto pela equipe da Indiip quanto pela própria indústria farmacêutica.

A empresa recebeu o aporte de R\$ 600 mil, que será investido na criação da plataforma Indiip. Esta, disponibilizará gratuitamente as informações verificadas para todos os players do mercado, com a proposta de padronização. Hoje existem

no país cerca de 1200 empresas farmacêuticas, por volta de 6000 hospitais, inúmeros distribuidores de medicamentos e soluções de prontuários eletrônicos, além dos profissionais da área de saúde e usuários. As informações sobre os medicamentos poderão ser consultadas tanto por meio de um portal aberto na web, quanto utilizando a integração por APIs no padrão HL7 FHIR (HL7 Fast Healthcare Interoperability Resources), que está se tornando o padrão mundial para interoperabilidade de dados em saúde, e escolhido para a Rede Nacional de Dados em Saúde (RNDS).

“A proposta da Indiip é criar um sistema de responsabilidade compartilhada que beneficiará todo o ecossistema de saúde. Inicialmente, a healthtech vai curar e padronizar a informação dos 911 medicamentos usados pela Rede Nacional de Medicamentos (RENAME) no SUS. Para isso, já estamos convidando os principais players da indústria farmacêutica, que nos auxiliarão nesta curadoria de informação. É importante que todos com medicamentos na lista do SUS participem da qualificação dos dados. Teremos informações tais como pesquisas científicas relacionadas aos remédios, suas dosagens e quais laboratórios fabricam aquele produto”, declara Neusa Andrade, cofundadora e CEO da Indiip.

“Cada player trocará informações na plataforma de acordo com as suas necessidades. A Indiip vai passar aos laboratórios os padrões de escrita dos produtos, normatizações e informações necessárias para trocar dados com o Governo (RNDS). Os profissionais de saúde podem estar interessados em dados voltados para pesquisas sobre os medicamentos, por exemplo”, explica a idealizadora da healthtech.

É comum no Brasil a existência de 15 a 20 diferentes nomenclaturas e formas de citar um mesmo remédio, cada um com os protocolos que os laboratórios determinam, o que dificulta tanto para os hospitais e médicos, quanto para pacientes e farmacêuticos a compreensão do que é que o paciente necessita realmente. “A padronização vai ajudar a salvar vidas. Vale ressaltar que eventos medicamentosos adversos são um dos maiores causadores de mortes no mundo”, alerta Eugênio Neves, PHD e cofundador da Indiip.

Indiip será conectada a prontuário eletrônico na cidade de Bananal

A idealização da Indiip nasceu de outro projeto. Em 2018, a sócia-fundadora Neusa Andrade participou do programa de graduação do Founder Institute, que ajuda empreendedores na fase de ideação de projetos. Na época, a executiva desenvolveu um projeto de prontuário eletrônico chamado Doktor. Em 2019, iniciou seu piloto deste projeto em Bananal, cidade que fica na divisa de São Paulo com o Rio de Janeiro, com o apoio da Prefeitura Municipal de Bananal, que está desenvolvendo um aplicativo para levar todas as informações para o paciente na palma da mão, ou seja, para ser acessado diretamente no celular.

No entanto, em meio ao projeto, Neusa Andrade descobriu que, na lista de medicamentos dos laboratórios (todos eles), existem diferentes formas de descrever um mesmo medicamento e não existe padrão. A nomenclatura e as descrições diferem. E foi com o objetivo de desenvolver um sistema que permitisse trocar informações de forma consistente, com credibilidade e qualidade, com transparência e facilidade, que surgiu a semente que deu origem à healthtech Indiip. O prontuário eletrônico de Bananal deve ser finalizado em dezembro de 2021 e será integrado à API da Indiip.

Tecnologia HL7 FHIR está norteando mundialmente o padrão de medicamentos

A busca por uma solução de padronização de medicamentos é uma questão global. Não existe ainda um padrão unificado de informação para medicamentos que atenda as necessidades regionais. A pandemia acelerou a adoção do padrão que vem sendo adotado no mundo inteiro, o FHIR (Fast Healthcare Interoperability Resources) do HL7®. O padrão HL7® FHIR tem um modelo granular e mais simples para troca de dados em saúde. Esta tecnologia é ideal para lidar com o problema da explosão de dados de saúde, possibilitando compartilhar e tornar dados acessíveis, e pode ser usado por prontuários eletrônicos para acessar as informações necessárias para melhorar decisões e resultados por todo o espectro da saúde e do cuidado.

60. ÂNIMA EDUCAÇÃO

Ânima Educação recebe aporte de R\$ 1 bilhão para focar na capacitação médica

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 30 de novembro de 2021.

A Ânima Educação recebeu um aporte de R\$ 1 bilhão da DNA Capital, investidora global do mercado de saúde. O valor será empregado na Inspirali, subsidiária focada em educação médica de qualidade, com intuito de impulsionar sua atuação e levá-la a um novo patamar, colaborando com a democratização e a humanização do sistema de saúde brasileiro.

A transação com a DNA Capital resultará em uma conexão entre academia e o healthcare, promovendo a integração entre os desafios da vida real e suas soluções a partir das práticas da saúde e parceiros. Além de contribuir para a experiência e empregabilidade dos estudantes, potencializar o lifelong learning e aceleração da expansão, colocando a Inspirali na vanguarda do mercado de educação médica. A DNA Capital também ficará com 25% de participação da Inspirali.

“Estamos passando por um momento único e desafiador no mundo, no qual a saúde tornou-se a grande protagonista dessa transformação. Nesse cenário, a aliança com a DNA Capital é um movimento pioneiro e estratégico no Brasil, e mais do que isso, é o encontro de duas companhias que possuem valores, propósitos e projetos complementares, para juntas atuarem na democratização e na humanização do sistema de saúde brasileiro”, afirma o presidente da Ânima Educação, Marcelo Battistella Bueno.

Criada em 2020, a Inspirali atua na gestão de escolas médicas integrantes do Ecossistema Ânima, sendo um dos player de qualidade no ensino superior de medicina no Brasil, com cerca de 10 mil alunos e 14 instituições. Além das graduações em medicina, com modelo acadêmico, o portfólio da Inspirali contempla também cursos livres e especializações, focando a medicina integrativa e abordando temas relevantes no cenário global, a exemplo da pós-graduação em cannabis

medicinal, primeiro curso certificado pelo Ministério da Educação (MEC). A aprendizagem digital ativa com recursos tecnológicos (robôs de alta fidelidade e realidade virtual e aumentada MedRoom) e com apoio socioemocional são destaques, assim como as atividades práticas e o acompanhamento personalizado.

“Já estávamos acompanhando o setor de educação em saúde com atenção há algum tempo e não poderíamos ter encontrado um parceiro melhor do que a Ânima Educação: acionistas e time sensacionais, obcecados com a missão de transformar o setor de educação superior na plataforma de ensino médico de maior qualidade no País. A Inspirali é um projeto que nos enche de orgulho e reforça nossa jornada de impactar positivamente o sistema de saúde nacional”, diz Luiz Felipe Costa, sócio da DNA Capital.

“Esta aliança estratégica reúne duas empresas inovadoras, que atuam em áreas que passarão por mudanças disruptivas, e juntas promoverão uma transformação na vida das pessoas. Ao unir saúde e educação, este acordo torna a medicina a protagonista da revolução, pois é a partir dela que teremos profissionais médicos com outra consciência, embasados por uma formação humanística e sustentada pela tecnologia, que pensam a prática da medicina de forma integrada para potencializar a qualidade de vida da população”, reforça o presidente do Conselho de Administração da Ânima Educação, Daniel Castanho.

61. ZAZUU

Plataforma de saúde e bem-estar para pets recebe aporte da Harvard Angels do Brasil

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 30 de novembro de 2021.

A zazu, plataforma de saúde e bem-estar para pets, conta com a parceria da Harvard Business School Alumni com o objetivo de se consolidar no mercado de saúde e bem-estar para pets. A Harvard Angels do Brasil, associação sem fins lucrativos, composta por ex-alunos da universidade americana interessados em investir em companhias de alto potencial em estágio inicial, tem o

objetivo de facilitar o acesso das startups aos capitais financeiro e humano e fomentar o ecossistema de inovação no país. Os valores da transação não foram divulgados.

De acordo com o presidente da Harvard Angels do Brasil, Ruy Chaves, a parceria é também uma oportunidade para ampliar experiências e resultados. “Nós contamos com ex-empresendedores e executivos de alto escalão que compartilham interesse pessoal em investir em startups. E a zazuu traz uma proposta de negócio inovadora no mercado, que chamou a nossa atenção”, conta.

A zazuu oferece, de forma humanizada, serviços essenciais para animais de pequeno porte, como gatos e cachorros. A startup aposta em transformar momentos essenciais, como banho, tosa e consultas veterinárias, em experiências únicas e agradáveis aos pets, trazendo conforto, praticidade e conveniência para seus tutores. “Também realizamos consultas com veterinários e aplicações de vacinas. Nossa intenção é atender todas as necessidades do animal, com a agilidade que o tutor precisa, trabalhando também na prevenção de doenças”, explica Aline Lex, fundadora da zazuu. “Após a solicitação pelo app, vamos até o pet e realizamos o atendimento personalizado”, complementa.

Segundo Aline, a parceria com a HBSAAB chegou para melhorar ainda mais a gestão da empresa. “Temos orgulho em poder contar com um grupo de investidores anjo tão seletivo e participativo e esse é apenas o início de um longo trabalho conjunto”, avalia.

O objetivo futuro da zazuu é a ampliação do portfólio de serviços e a expansão geográfica. “Queremos levar nosso negócio para todo o Brasil, pois entendemos que existe uma demanda reprimida e um mercado muito promissor, que carece de inovação e tecnologia. Cerca de 40% da receita da zazuu é decorrente de pacotes e assinaturas. Já realizamos mais de 4 mil atendimentos na cidade de São Paulo e nosso objetivo a longo prazo é ampliar para 10 mil atendimentos por mês”, completa.

62. FINANSYSTECH

Plataforma de Open Finance as a Service recebe aporte de R\$ 2,5 milhões

NEWSLETTER STARTUPI.

Terça-feira, 30 de novembro de 2021.

A Finansystech, fintech que usa tecnologia modular plug and play e open-source que permite que sistemas financeiros forneçam soluções seguras em open finance, recebeu um aporte de R\$ 2,5 milhões via CapTable. Ao todo, a rodada atraiu 183 investidores, que preferiram ficar no anonimato e foi concluída em menos de três horas.

Para o CEO da Finansystech, Danillo Branco, a velocidade em que a captação foi concluída surpreendeu a todos na fintech. “Quando definimos abrir uma rodada com a CapTable, trabalhamos para que a rodada fosse concluída o quanto antes. Mas quando atingimos 100% em menos de 3 horas, ficamos muito surpresos apesar de já termos percebido que outras pessoas, não só as instituições financeiras, estão interessadas em investir nesse mundo de Open Finance. Isso tudo indica que estamos no caminho certo”, explica o CEO.

O conhecimento da CapTable no ecossistema de startups foi um dos grandes diferenciais que fez a fintech buscar captação de investimentos com a plataforma, conforme detalha Danillo. “A equipe da CapTable nos deu muita segurança quanto ao processo e ficamos confortáveis de estarmos bem assessorados e com a possibilidade de atingir um próximo nível de crescimento”, salienta.

Com o aporte em mãos, a Finansystech pretende aumentar o time de colaboradores para o desenvolvimento dos novos produtos que ajudarão os clientes além dos termos regulatórios do Open Finance. “Com quatro meses de operação, nós já temos nove clientes do mercado financeiro, dentre eles a Sicoob, gigante do setor de crédito. E como já possuímos contratos que totalizam um faturamento de R\$2,8 milhões para os próximos 12 meses, ampliar nosso time será fundamental junto aos clientes”, detalha Danillo.

Modelo de negócio

O modelo de negócio da Finansystech é composto por duas fases principais: setup e subscrição. Na setup é realizada as atividades de implantação da plataforma para o cliente em dois ambientes: sandbox e produção. O sandbox é utilizado para homologar a solução, integração e demais atividades não produtivas. Já a produção é uma réplica funcional do sandbox, mas neste caso se faz uso de dados reais e integração com os sistemas produtivos.

Já a subscrição regulatória garante acesso a alguns módulos. Porém, ao longo do tempo, conforme lançamentos, o cliente recebe oferta de novos módulos, tal como o módulo de gestão de carteira digital. Neste caso, ele receberá um pacote novo em sua plataforma 100% automatizado, sendo dispensada a necessidade de realização de um novo setup. E passará a pagar uma subscrição adicional no próximo vencimento de fatura.

Para Danillo essa captação é importante para o modelo de negócio da fintech pois são os consumidores participando efetivamente do Open Finance. “O fato de pessoas físicas entrarem na rodada de investimento é especial, pois são pessoas que já iriam participar do Open Finance como clientes, mas agora com os investimentos, é o consumidor participando desse movimento”, ressalta Branco.

Investimento via sindicato

A rodada de investimentos da Finansystech contou com a modalidade sindicato, liderado pela Darwin Startups por meio do seu veículo próprio de investimento: o Darwin Starter Investimentos S.A.

Neste modelo, os investidores se juntam a um investidor líder que possui experiência no investimento em empresas de alto crescimento e está co-investindo nos mesmos termos do que os demais investidores. Essa também marca a primeira vez no Brasil que uma captação em plataforma é liderada por uma aceleradora.

O investidor líder é responsável por conduzir a interlocução entre a empresa e os investidores, apoiando os processos de governança e os principais desafios da startup. Como contrapartida, o investidor líder recebe uma taxa de performance sobre o lucro dos demais investidores da oferta, desde que o retorno sobre o investimento seja positivo.

“O fato de a aceleradora Darwin Startups estar à frente como investidor líder é muito importante para o negócio da Finansystech, com eles na rodada conseguimos ter uma visão de que o negócio pode ser escalado e se tornar muito maior, sem contar com o apoio deles na comprovação da nossa tese de negócio”, finaliza Danillo.

Núcleo de Inteligência - Sedet

Edição 5 – 13 de dezembro de 2021

Núcleo de Inteligência – ADECE.

Helena Martins Teófilo
José Sydrião de Alencar Junior
Letícia da Silva Feitosa
Mauricio Cabrera Baca

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.