

STARTUP SCANNER

A evolução das startups no setor de Food Techs

Análise 2021  2022



REALIZAÇÃO



APOIO ESTRATÉGICO



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

Sumário

1

Apresentação

- 1.1. Carta de abertura
- 1.2. A Startup Scanner
- 1.3. Metodologia
- 1.4. Categorias
- 1.5. O mapa no momento da publicação
- 1.6. Startups inativas: o que consideramos?

2

Evolução em números

- 2.1. Evolução do número de startups
- 2.2. Mais favoritas

3

Categorias, Tecnologias, Time e Investimentos

- 3.1. Entrevista - Danone
- 3.2. Distribuição por categorias
- 3.3. Crescimento nos estados
- 3.4. Time
- 3.5. Quadro de sócios e adm: perfil
- 3.6. Tecnologias
- 3.7. Investimentos e M&A no período

4

Análise de maturidade e Conclusões

- 4.1. Entrevista - Mondeléz
- 4.2. Análise de maturidade
- 4.3. Conclusões

5

Outros conteúdos sugeridos

- 5.1. The future of consumer markets
- 5.2. Global Consumer Insights Pulse Survey



Índice clicável
para navegação

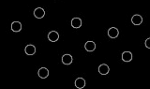
1 Apresentação

Ex: Health Techs; Food Techs; Retail Techs...

Buscar



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

1.1. Carta de abertura



CARLOS COUTINHO
Sócio e líder de Consumer
Markets da PwC Brasil



RAPHAEL AUGUSTO
Sócio-Diretor da Liga Ventures

O setor de varejo e seu entorno estão passando por disrupções que os levarão a patamares inéditos de integração e expansão de fronteiras. A convivência e o crescimento em ecossistemas, nos quais startups, varejistas e a indústria de produtos de consumo se entranham, mudaram a história do segmento e do consumo no mundo. Tudo isso acontecendo em meio a um *boom* de informações sobre o consumidor, em que, cada vez mais, a antecipação do seu próximo passo passou a ser um imperativo e uma estratégia impossível de não ser priorizada.

A PwC Brasil e Liga Ventures têm monitorado esse ecossistema mutante e complexo, especialmente em relação ao tema de inovação - elemento essencial para garantir a melhor conexão entre os pilares desse ambiente novo e transformador.

Nos últimos dois anos, acompanhamos as turbulências no setor, como o lockdown mais restritivo no início da pandemia de covid-19 a explosão do e-commerce e seus colaterais, quando foi testado ao limite a capacidade de resiliência e adaptabilidade do Varejo.

Neste relatório, reunimos insights valiosos a partir dos dados da Startup Scanner e apresentamos um retrato do mercado de Food Techs e os desafios das startups que operam nesse ecossistema, refletindo sobre os novos hábitos de consumo, o futuro da alimentação, a construção da “loja do futuro” e a relevância da marca na sociedade pós-pandemia.

Boa leitura!

A primeira vez em que resolvemos estudar e organizar os dados e informações existentes sobre Food Techs no Brasil foi em 2019 e, para a nossa surpresa, o setor naquele momento já apresentava uma representatividade consistente de soluções abarcando desde a originação dos alimentos até o seu consumo, descarte e desperdício.

Ainda naquele momento, os temas mais “quentes” eram aqueles que tratavam a gestão do varejo alimentício, muito sustentado pela proximidade que havia entre o consumidor final e o potencial empreendedor. Quando a gente presencia diariamente os problemas, maior a nossa tendência em pensar em oportunidades para resolvê-los.

Os novos alimentos e bebidas, por

exemplo, já davam sinais de serem uma frente que despontaria muito em breve, principalmente porque o cenário dos novos hábitos de consumo e as mudanças dos consumidores já eram algo dado.

O que presenciávamos como evolução desde então, foi a confirmação de um cenário em que a indústria tradicional se colocava como um agente que vislumbrava a necessidade de inovação, porém ainda com dificuldades de acelerar o ritmo, dando espaço para que as startups (e os investidores) apostassem alto neste contexto.

Três anos depois desta primeira análise, segue um bom prato de informação para os que gostam de profundidade.

Degustem sem moderação!

1.2. A Startup Scanner

Pioneiros em mapeamentos de startups brasileiras e suas aplicações em diversos setores, desde 2017, a Liga Ventures vem trazendo visibilidade e organização das informações e dados das inovações das startups para o mercado por meio do **Liga Insights**.

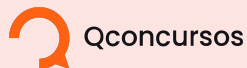
Como evolução desta frente de mapeamentos, nasce a ferramenta **Startup Scanner**, com o **apoio estratégico da PwC Brasil**, com o objetivo de dar ainda mais visibilidade aos negócios das startups no Brasil, com a dinamicidade e atualização necessária para que possamos acompanhar os movimentos das soluções em diversos mercados e temas de aplicações, de maneira estruturada.

Com +12.000 usuários, na Startup Scanner todos poderão ter a informação mais atual, organizada e disponível sobre as soluções e inovações das startups por área, segmento, aplicação ou setor, o tempo todo!

Acesse os mapeamentos sempre atualizados



USUÁRIOS PRO:



1.3. Metodologia

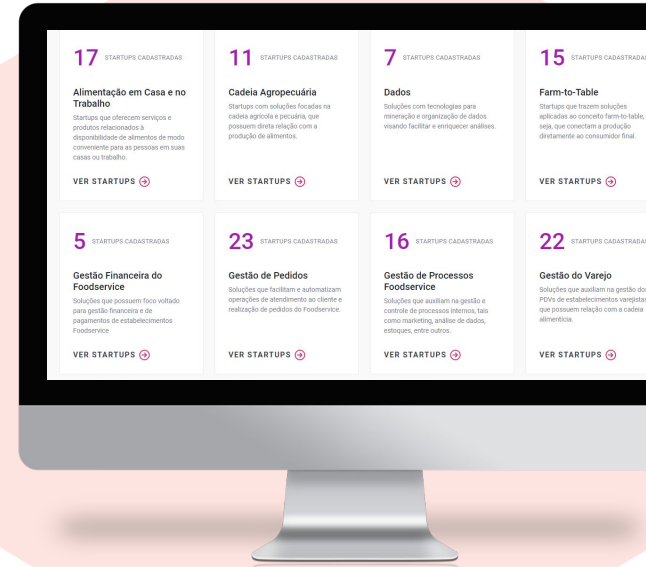
Para a construção dos mapeamentos da Startup Scanner são considerados empreendimentos que estão ativos e/ou com rastro de atividade, em canais públicos e sociais, e com aparente produto/serviço que não estejam em fase de ideia ou concepção.

As categorizações expostas também levam em consideração a mensagem principal nos canais oficiais das startups, interpretada pela Liga.

Este mapeamento foi realizado a partir de diversas fontes de dados, como próprias da Liga Ventures, estudos públicos, eventos da Liga Ventures, monitoramento da imprensa, recomendações de parceiros externos, bases abertas, indicações diretas, busca ativa de startups, LinkedIn e Dealbook.

Todos os dados aqui expostos e usados para o estudo respeitam as políticas de privacidade e uso das informações, seguindo a não-individualização dos mesmos.

Por se tratar de um mercado com mudanças constantes, estes estudos são dinâmicos e possuem atualizações recorrentes para contemplar esses movimentos e expor novas startups que não estavam em nosso radar.



[Acesse o mapeamento completo](#)



1.4. Categorias

As startups estão sendo cadastradas e monitoradas seguindo estas categorias:

RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

Soluções voltadas ao gerenciamento e relacionamento com fornecedores.

QUALIDADE E MONITORAMENTO

Plataformas e ferramentas que auxiliam no controle e monitoramento da qualidade de itens alimentares.

PROMOÇÃO DO VAREJO

Startups que trabalham promovendo produtos e serviços no segmento varejista e alimentar, visando maior visibilidade e vendas.

MARKETPLACE B2B

Visam atender às demandas do varejo e distribuição de alimentos, para que pontos de vendas tenham acesso aos itens necessários.

MARKETPLACE DE ALIMENTOS E DELIVERY

Soluções que reúnem e unem as pontas para a compra e venda de alimentos.

ALIMENTAÇÃO EM CASA E NO TRABALHO

Startups que oferecem serviços e produtos relacionados à disponibilidade de alimentos de modo conveniente.

FARM-TO-TABLE

Startups que conectam a produção diretamente ao consumidor final.

INFORMAÇÃO E ORIENTAÇÃO

Plataformas e soluções que orientam os usuários com relação aos hábitos de alimentação, nutrição, entre outras frentes.

CADEIA AGROPECUÁRIA

Startups com soluções focadas na cadeia agrícola e pecuária, que possuem direta relação com a produção de alimentos.

TECNOLOGIAS PARA PRODUÇÃO

Soluções em biotecnologia e hard sciences aplicada à cadeia de alimentação, desde a produção até a ponta de reutilização e resíduos.

DADOS

Soluções com tecnologias para mineração e organização de dados visando facilitar e enriquecer análises.

1.4. Categorias

SHOPPERS

Startups que oferecem soluções com foco em melhorar a experiência e facilitar o processo de compra dos consumidores.

GESTÃO FINANCEIRA DO FOODSERVICE

Soluções que possuem foco voltado para gestão financeira e de pagamentos de estabelecimentos Foodservice

GESTÃO DE PROCESSOS FOODSERVICE

Soluções que auxiliam na gestão e controle de processos internos.

GESTÃO DE PEDIDOS

Soluções que facilitam e automatizam operações de atendimento ao cliente e realização de pedidos do Foodservice.

GESTÃO DO VAREJO

Soluções que auxiliam na gestão dos PDVs de estabelecimentos varejistas que possuem relação com a cadeia alimentícia.

LOGÍSTICA E ENTREGA

Startups que apresentam soluções para suportar o processo logístico e de entrega de empresas com produtos no ramo alimentar.

MARKETPLACE PARA A PRODUÇÃO

Soluções que auxiliam na oferta de insumos e ferramentas para o setor produtivo.

NOVOS ALIMENTOS E BEBIDAS

Desenvolvem novos produtos no segmento de alimentos e bebidas para atender novos mercados, hábitos e necessidades.

NOVOS CANAIS DE VENDAS

Soluções que criam novos canais para o varejo de alimentos, usando de inovação e tecnologia para facilitar o processo.

PROMOÇÃO NO FOODSERVICE

Soluções que trabalham na promoção de produtos e serviços para foodservices, oferecendo maior visibilidade e vendas.

REAPROVEITAMENTO E GESTÃO DE RESÍDUOS E DESCARTE

Soluções e tecnologias que suportam o processo de reaproveitamento e gestão de resíduos alimentares.

SERVIÇOS EM BEBIDAS

Startups que oferecem serviços e soluções em torno do segmento de bebidas, como marketplaces, distribuição, entre outros.

1.5. O mapa no momento da publicação*

396 startups

ativas e sendo monitoradas

MARKETPLACE B2B

12 startups

3,03%

INFORMAÇÃO E ORIENTAÇÃO

11 startups

2,78%

RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

7 startups

1,77%

MARKETPLACE DE ALIMENTOS E DELIVERY

36 startups

9,09%

CADEIA AGROPECUÁRIA

11 startups

2,78%

QUALIDADE E MONITORAMENTO

10 startups

2,53%

ALIMENTAÇÃO EM CASA E NO TRABALHO

17 startups

4,29%

TECNOLOGIAS PARA PRODUÇÃO

24 startups

6,06%

PROMOÇÃO DO VAREJO

25 startups

6,31%

FARM-TO-TABLE

15 startups

3,79%

DADOS

7 startups

1,77%

*Janeiro de 2022

Confira o mapa atualizado neste momento



1.5. O mapa no momento da publicação*

SHOPPERS

4 startups

1,01%

GESTÃO FINANCEIRA DO FOODSERVICE

5 startups

1,26%

GESTÃO DE PROCESSOS FOODSERVICE

16 startups

4,04%

GESTÃO DE PEDIDOS

23 startups

5,81%

GESTÃO DO VAREJO

22 startups

5,56%

LOGÍSTICA E ENTREGA

33 startups

8,33%

MARKETPLACE PARA A PRODUÇÃO

7 startups

1,75%

NOVOS ALIMENTOS E BEBIDAS

51 startups

12,88%

NOVOS CANAIS DE VENDAS

14 startups

3,54%

PROMOÇÃO NO FOODSERVICE

10 startups

2,53%

REAPROVEITAMENTO E GESTÃO DE RESÍDUOS E DESCARTE

24 startups

6,06%

SERVIÇOS EM BEBIDAS

12 startups

3,03%

*Janeiro de 2022

Confira o mapa atualizado neste momento



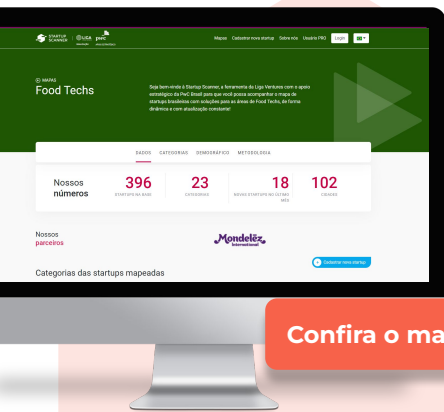
1.6. Startups inativas: o que consideramos?

Para a Startup Scanner, manter os mapas atualizados vai além de apenas adicionar novas startups; dessa forma, o monitoramento também leva em consideração alguns critérios de inatividade.

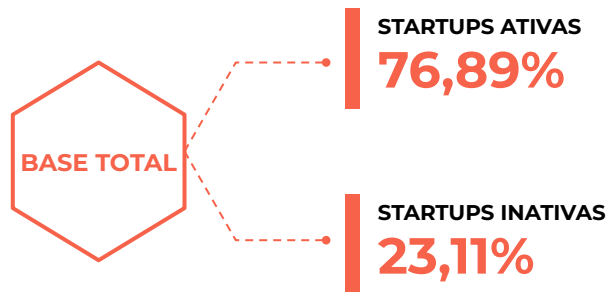
São consideradas startups inativas aquelas que deixaram de atender um ou mais critérios citados na metodologia e/ou passaram por processos de IPO, foram adquiridas por outras empresas ou

pivotaram para outro segmento. Estas startups deixam de ser expostas nos mapas, mas continuam sendo monitoradas na nossa base interna.

Assim, nossa base total de startups é composta pelas startups inativas e startups ativas (publicadas na plataforma). Atualmente, a base total da Startup Scanner, na vertical de foods, conta com 76,89% de startups ativas e 23,11% startups inativas.



Confira o mapa atualizado neste momento

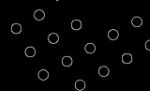


2

Evolução em números



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

2.1. Evolução do número de startups

Startups adicionadas à plataforma em relação à base total

29,90%

de oxigenação da base durante o período 2021-22

Startups inativadas na plataforma em relação à base total durante o período

23,11%

das startups foram inativadas durante o período 2021-22

8,1 anos

Idade média das startups inativadas

Durante o período analisado, nossa base teve uma **oxigenação de 29,9%**. Tal índice indica que, durante o período, tivemos um aumento em 29,90% no número de startups no radar da Startup Scanner, contando novas startups nascidas e também novas monitoradas, estando elas ativas ou não.

Também tivemos um índice de **inativação de 23,11%** em relação à base total, tendo como **principal motivo de inativação a falta de apresentação de traços de atividade pública nos últimos 8 meses**.

As demais startups inativadas deixaram de atender um ou mais critérios citados na metodologia e/ou passaram por processo de IPO, foram compradas por outras empresas ou pivotaram, deixando de atender ou solucionar uma dor da vertical de food.

2.1. Evolução do número de startups

Startups adicionadas no último período

Startups inativadas no último período

CONTEÚDO EXCLUSIVO PARA USUÁRIOS PRO DA STARTUP SCANNER

154 startups

119 startups

Seja usuário PRO e tenha
diferencial competitivo!



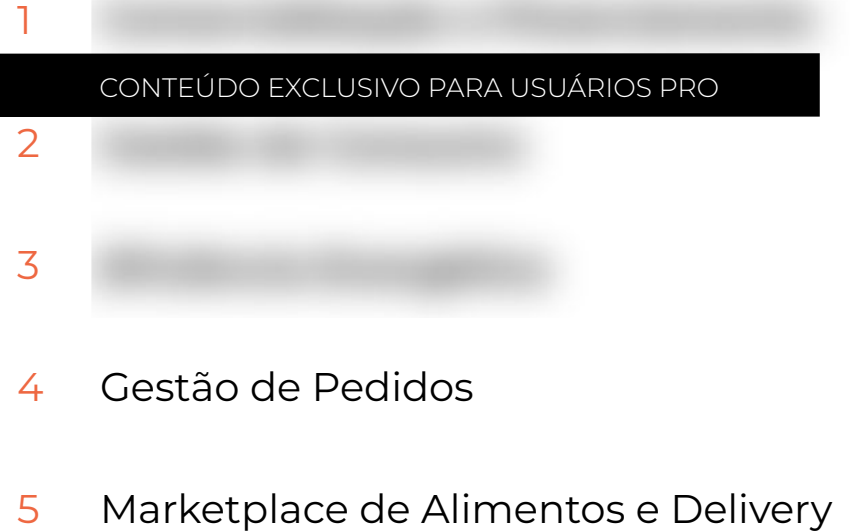
ou
Clique aqui

2.2. Mais favoritas

TOP 7 startups mais favoritas



TOP 5 categorias mais favoritas



Seja usuário PRO e tenha diferencial competitivo!



ou

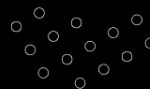
Clique aqui

3

Categorias, Tecnologias, Time e Investimentos



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

3.1. Entrevista destaque



DANIELA PIZZOLATTO
Gerente de Open Innovation e
Cultura de inovação



Atualmente, como a Danone vem tratando o tema inovação aberta e relacionamento com startups?

A Danone vem se conectando com startups desde 2019 e a partir de então colhemos muitos aprendizados, que inclusive geraram impacto até mesmo na cultura da empresa. Nesse sentido, vemos que a conexão é uma forma super importante para acelerar as inovações na empresa. Em outubro de 2021, tivemos a fusão das unidades de negócio da Danone (Águas, Lácteos & Base vegetal e Nutrição Especializada) e com ela foi criada a área de Business Transformation com o propósito de construir hoje o que a Danone quer ser no futuro. Com isso, temos um pilar muito forte de Open Innovation e queremos construir um relacionamento com as startups ainda mais forte e que gere muitos resultados para a empresa, bem como para as próprias startups.

Dentre os pontos esperados deste relacionamento, existem algumas áreas ou frentes que são mais prioritárias hoje dentro ou fora da empresa em que vocês estão focando?

Estamos no momento de estruturar o plano estratégico para inovação e nossas teses. Já temos alguns territórios prioritários a serem trabalhados, nos quais queremos o

relacionamento com as startups focado em inovações adjacentes e transformacionais. Queremos transformar a jornada dos nossos consumidores, clientes e stakeholders para ser a empresa que todos querem ter por perto. Além disso, queremos também trazer eficiência para o negócio, existe uma agenda forte de produtividade e que as startups podem ser ferramentas importantes para atingir nossos objetivos de curto prazo.

Dentre os temas mais buscados nas FoodTechs brasileiras, a Startup Scanner monitorou que Gestão de Resíduos e Descarte de Alimentos foram destaques. Quais são os desafios e oportunidades na indústria em relação ao reaproveitamento, gestão de resíduos e descarte, e como as startups podem ajudar?

A Danone é uma das indústrias mais fortes quando se fala em ESG, a nossa assinatura: 'One Planet. One Health' reflete nossa visão de que a saúde das pessoas e a do planeta estão interconectadas. Desse modo, queremos apoiar a todos na adoção de práticas mais saudáveis e sustentáveis de comer e beber, pois acreditamos que o alimento não é apenas um produto, é um catalisador das mudanças que queremos

3.1. Entrevista destaque



DANIELA PIZZOLATTO
Gerente de Open Innovation e
Cultura de inovação



introduzir nos grupos nos quais atuamos e na sociedade em que vivemos. Em 2021, fomos a primeira grande empresa de alimentos e bebidas brasileira a receber a certificação B Corp. Essa é uma agenda que permeia todas as Diretorias da companhia e certamente é uma das mais desafiadoras. Já estamos trabalhando temas como agricultura regenerativa, circularidade de plásticos, redução das emissões de CO2, impacto social, mas como toda grande indústria, temos barreiras gigantes também. Devemos garantir a qualidade dos processos e produtos para nossos consumidores, distribuição para todo país e ainda assim garantir o menor impacto ambiental possível. Aqui com certeza existem muitas oportunidades para trabalhar em conjunto com as startups.

As FoodTechs reforçaram ao longo dos últimos anos a sua importância como agentes protagonistas na evolução do setor de Alimentos e Bebidas. Você acredita que o setor alimentício brasileiro já tem maturidade para lidar com o ecossistema de startups?

Acredito que o setor tem evoluído muito e tem

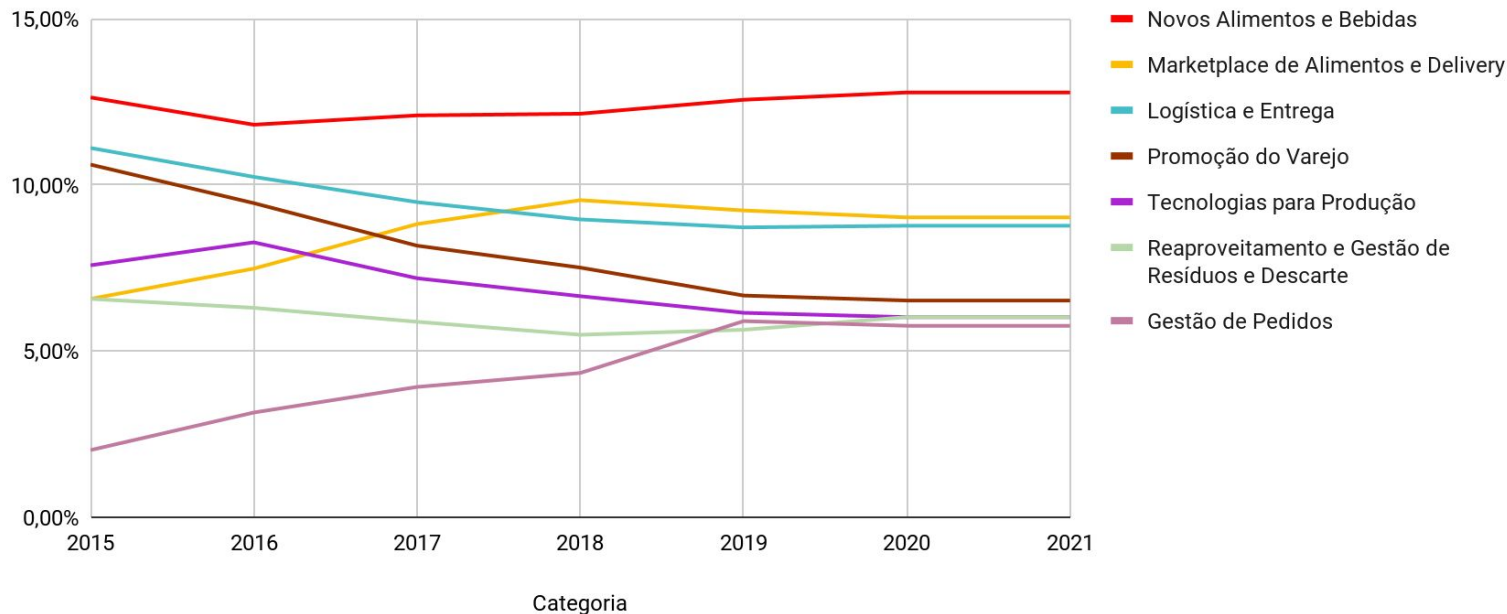
amadurecido, mas quando se trata de relacionamento com startups ainda temos muito a aprender e evoluir. Precisamos aprender a trabalhar como parceiros, desenvolver uma relação ganha-ganha e saber diferenciar as startups dos tradicionais fornecedores e copackers. As startups têm muito a aprender com a indústria e tem um potencial ganho de escala enorme, mas temos que ter a humildade de entender que elas estão trazendo inovações com uma velocidade que o setor nunca traria sem elas. É uma relação em construção que vejo que está em constante evolução.

Do ponto de vista estratégico, como você avalia a importância de acompanhar e analisar o mercado de inovação para os próximos passos da Danone?

A criação da área de Business Transformation é a prova de que a Danone vê muita importância em inovação para se manter relevante e competitiva. O nosso foco é exatamente esse acompanhamento, análise do mercado e muita experimentação, tudo isso conectado 100% com a estratégia da empresa. Somos os responsáveis por preparar hoje a empresa que queremos ser daqui 10 anos.

3.2. Distribuição por categorias

Evolução no número de startups mapeadas de acordo com o ano de fundação

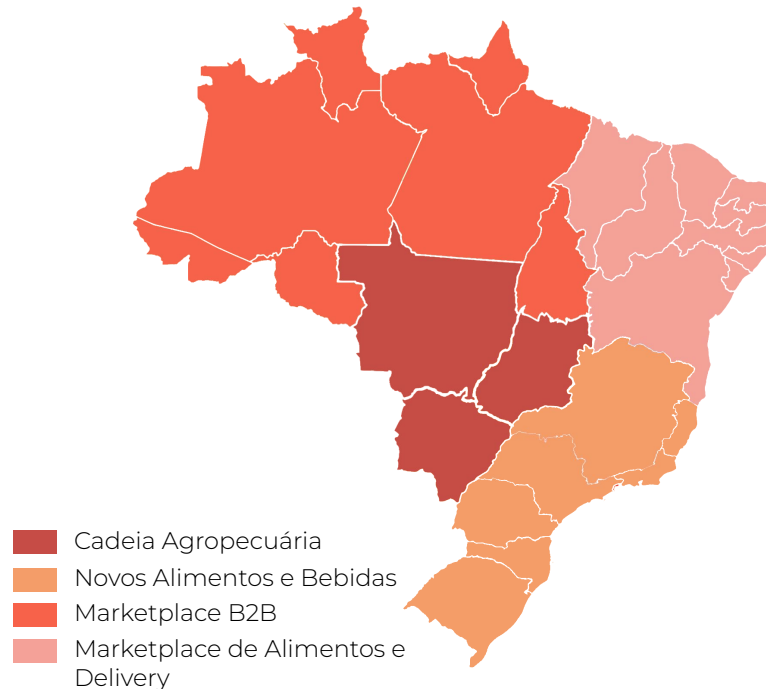


3.2. Distribuição por categorias

Estado com mais startups ativas por região

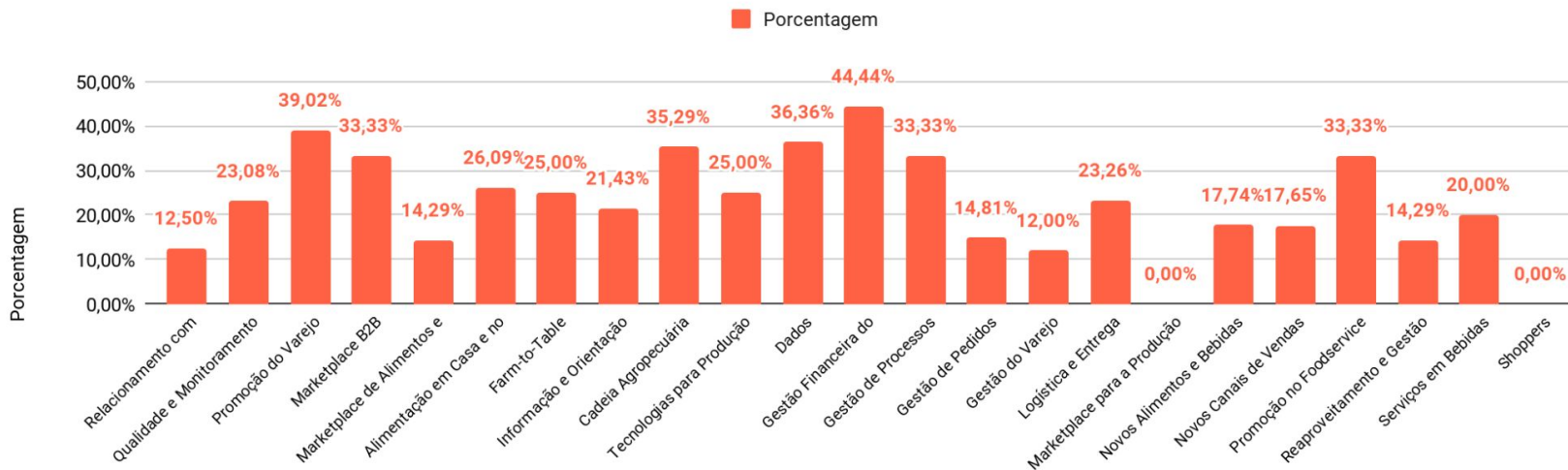


Principal categoria de solução por região do país



3.2. Distribuição por categorias

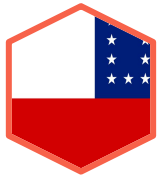
Porcentagem de startups inativadas em relação a base total da categoria



Em relação às startups inativadas por categoria, observa-se que a categoria de Gestão Financeira do Foodservice teve 44,44% das suas startups inativadas, sendo o principal motivo de inativação as startups terem sido compradas por outras empresas ou startups.

3.3. Crescimento nos estados

TOP 6 estados com maior crescimento relativo em número de startups ativas nos últimos 3 anos



Amazonas
50%



Tocantins
50%



Pernambuco
50%



Paraná
39,39%



Paraíba
33,33%



Rio de Janeiro
29,03%

TOP 3 estados com maior participação em números totais de startups ativas no setor

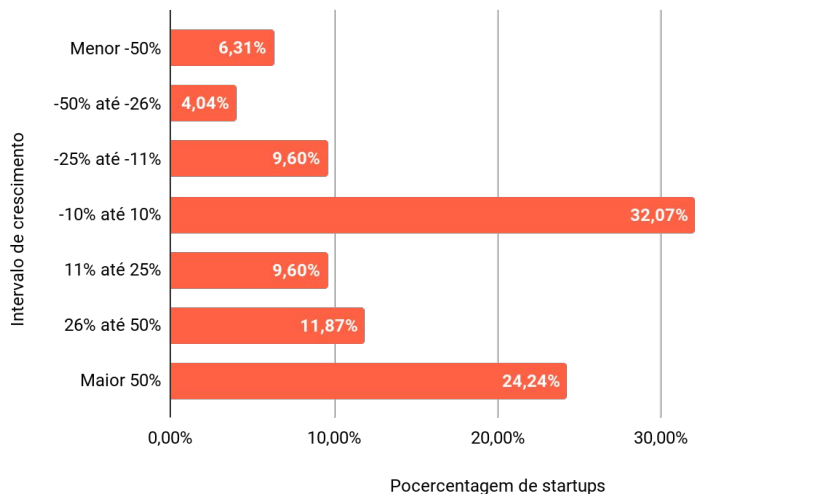
SP	48,74%
SC	8,33%
MG	8,33%



Foi o crescimento médio de startups ativas nos estados entre 2019-21

3.4. Time

Crescimento no número de funcionários das startups *



34,62%*

Crescimento médio do número de funcionários das startups ativas durante o período

8473*

Novos empregos gerados durante o período pelas startups ativas

26.485*

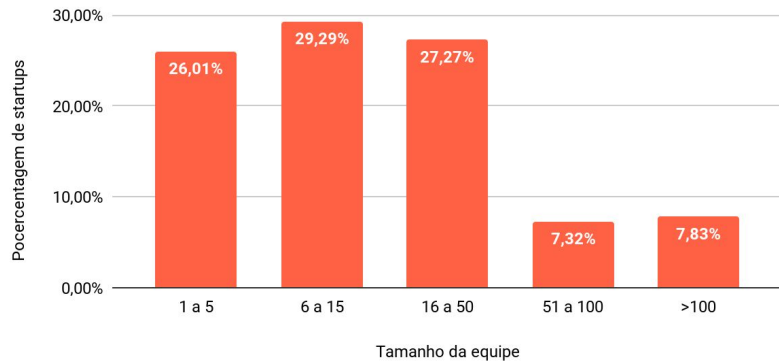
Total de empregos das startups ativas

Durante o período de análise, as startups ativas na base tiveram um **crescimento médio de 34,62% no número de funcionários**, representando um total de 8473 novas vagas

abertas durante o período. Ademais, **24,24% das startups tiveram um crescimento no número de funcionários superior a 50%**.

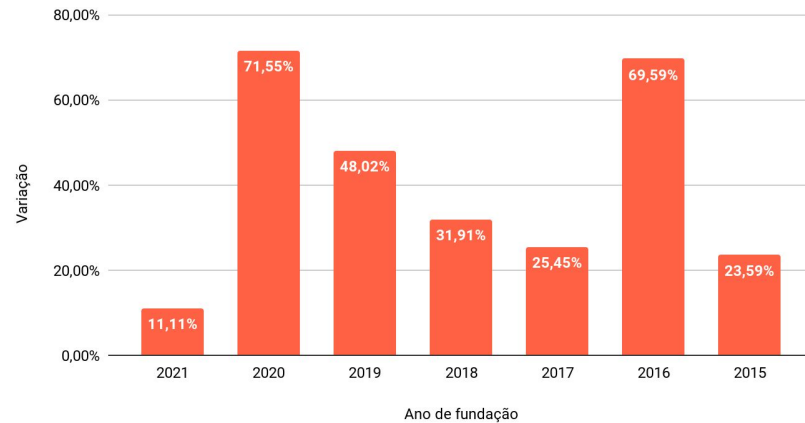
3.4. Time

Tamanho das equipes



55,3% das startups ativas na plataforma possuem uma equipe com **até 15 funcionários**, sendo que apenas 7,83% possuem mais do que 100 funcionários.

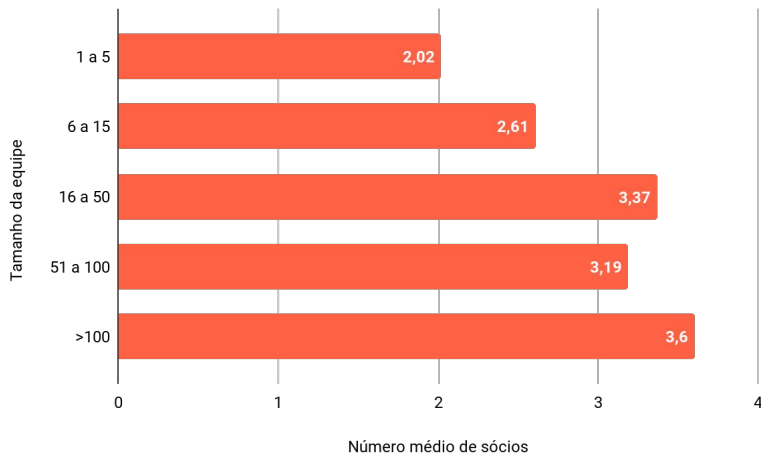
Varição de funcionários no período 2020-21 por ano de fundação



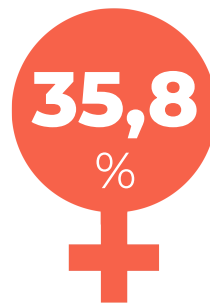
O crescimento de 71,55% no número de funcionários das startups fundadas em 2020 no período 2021-22 se dá, principalmente, pelo reflexo de investimentos relevantes feitos durante o período em algumas startups nascidas naquele ano.

3.5. Quadros de sócios e administradores: Perfil

Número médio de sócios por faixa de funcionários



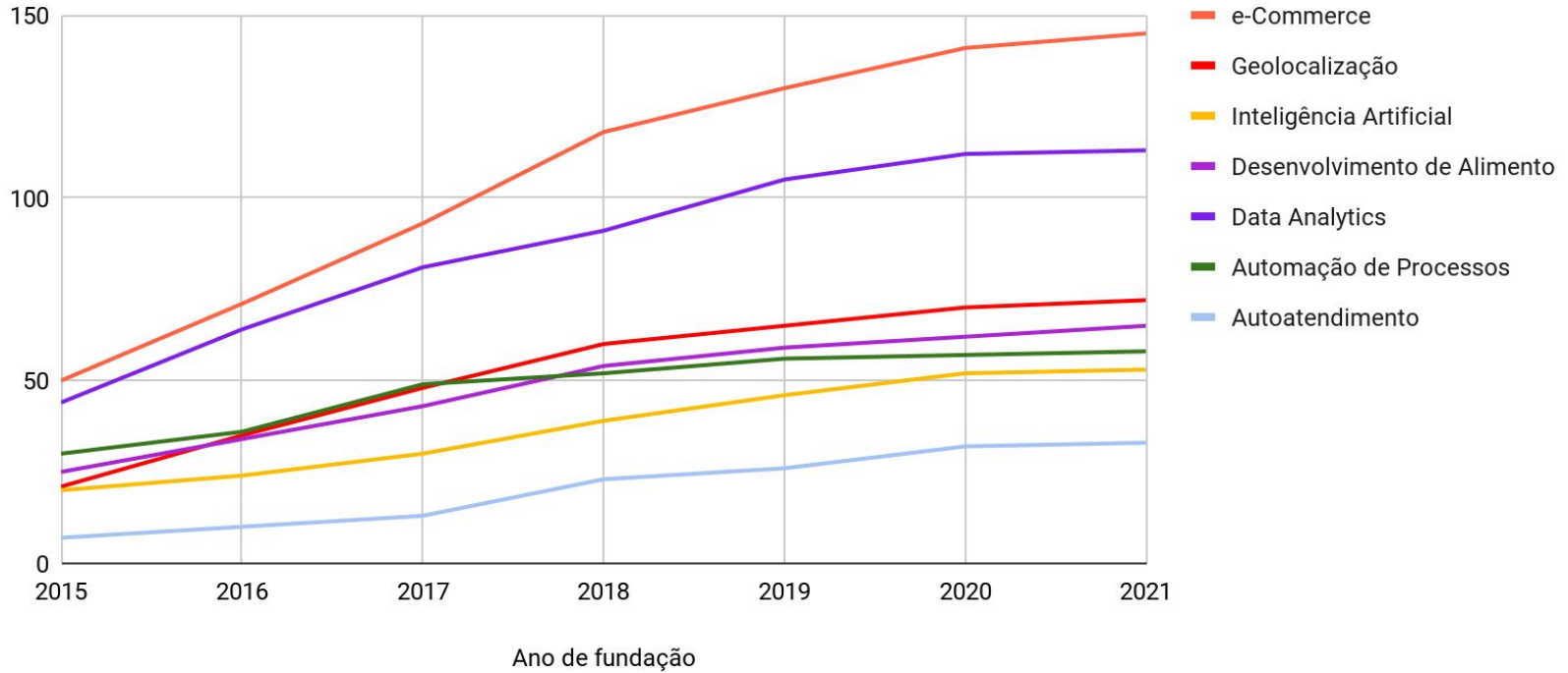
Porcentagem das startups com participação feminina no QSA



35,8% das startups identificadas contam com pelo menos 1 mulher no Quadro de Sócios e Administradores (QSA).

3.6. Tecnologias

Evolução de tecnologias utilizadas pelas startups em suas soluções (quantidade de startups)



3.7. Investimentos e M&A no período 2021-22

R\$ 4.66 bilhões

movimentados em deals durante o período

46 investimentos *

monitorados

Destaques



Facily

US\$ 431 milhões



Olist

US\$186 milhões

Cerca de **72,72%** do montante investido no setor foi direcionado para startups que atuam na categoria promoção no varejo sendo fundadas entre 2015 e 2019, principalmente na cidade de São Paulo, e utilizam tecnologias como inteligência artificial em suas soluções.

Destacam-se as startups Facily e Olist, as quais captaram juntas cerca de 69,75% do valor monitorado durante o período.

* Análise feita pelo acompanhamento de fevereiro de 2021 a janeiro de 2022 das startups ativas mapeadas e levando em consideração deals declarados publicamente

3.7. Investimentos e M&A no período 2021-22

Destaques

14 aquisições

realizadas durante o período

10 *

compradores envolvidos



Magazine Luiza

3 aquisições



Neogrid

2 aquisições

Foram monitoradas **14 aquisições** durante o período, envolvendo startups mapeadas nas categorias de Promoção do Varejo, Novos Canais de Vendas, Marketplace de Alimentos e Delivery, Marketplace B2B, Logística e Entrega, Gestão Financeira do Foodservice, Gestão de Processos Foodservice e Dados. Ademais, **10 compradores** participaram dessas aquisições, tendo como destaque a Magazine Luiza e a Neogrid, que adquiriram, em ordem, 3 e 2 startups.

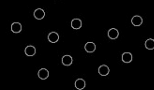
* Análise feita pelo acompanhamento de fevereiro de 2021 a janeiro de 2022 das startups ativas mapeadas e levando em consideração deals declarados publicamente

4

Análise de maturidade e Conclusões



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

4.1. Entrevista destaque



EDUARDO GIL

Chief Counsel Brasil - Diretor
Jurídico na Mondelez
International



Atualmente, como a Mondelez vem tratando o tema inovação aberta e relacionamento com startups?

Nesse sentido, lançamos o Programa Desembala, a partir do qual realizamos um mapeamento de dores e entendemos as áreas de priorização para esse trabalho em conjunto com as startups e desenvolvimento de pilotos. Também possuímos iniciativas de conexão com startups em parceria com a Liga Ventures, como o Open Liga, Liga Processos e Liga Private. Temos realizado conexões pontuais com startups nacionais e internacionais para temas específicos e, além disso, incentivamos a participação de colaboradores em eventos de Open Innovation com outras empresas de diferentes setores, fortalecendo o ecossistema.

Dentre os pontos esperados deste relacionamento, existem algumas áreas ou frentes que são mais prioritárias hoje dentro ou fora da empresa em que vocês estão focando?

Sim, existem. Estamos olhando bastante para soluções voltadas à Sustentabilidade e à Diversidade, com objetivos internos da companhia relacionados a esses temas. Além disso, atribuímos prioridade à temática de Foco no Consumidor, buscando possibilitar análises preditivas e excelência no atendimento. Por fim, mas não menos importante, procuramos também aplicações para Supply Chain, integrando sistemas e criando uma visão holística da cadeia como um todo.

Dentre os temas mais buscados nas FoodTechs brasileiras, a Startup Scanner monitorou que Gestão de Resíduos e Descarte de Alimentos foram destaques. Quais são os desafios e oportunidades na indústria em relação ao reaproveitamento, gestão de resíduos e descarte, e como as startups podem ajudar?

Existem diversos desafios dentro desse segmento, e buscamos sempre resolvê-los de forma cada vez mais

4.1. Entrevista destaque



EDUARDO GIL

Chief Counsel Brasil - Diretor
Jurídico na Mondelez
International

Mondelez
International
SNACKING MADE RIGHT

eficaz. As startups têm um papel fundamental de trazer soluções inovadoras para esses desafios e melhorar nossos processos com tecnologias disruptivas.

As FoodTechs reforçaram ao longo dos últimos anos a sua importância como agentes protagonistas na evolução do setor de Alimentos e Bebidas. Como você enxerga o potencial desta relação entre a indústria e as startups do setor?

As grandes corporações não têm a velocidade necessária para pivotar, o que torna essencial a colaboração com startups. Por meio dessa conexão, é possível transformar empresas, tornando-as mais flexíveis. O setor de alimentos e bebidas é um exemplo de que essas parcerias funcionam. A evolução do segmento parte de nós, sempre posicionando o consumidor no centro e entregando qualidade em primeiro lugar.

Do ponto de vista estratégico, como você avalia a importância de acompanhar e analisar o mercado de inovação para os próximos passos da Mondelez?

Hoje, não há como fugir do tema “inovação”. As empresas precisam estar constantemente buscando soluções mais eficientes para seus problemas, seja para cortar custos ou aumentar suas vendas. A estratégia de crescimento da Mondelez depende de novas tecnologias, para não ficarmos para trás. O acompanhamento de perto do ecossistema de inovação é responsabilidade de todos da empresa, mas o time de Inovação Aberta tem como meta analisar o mercado e auxiliar a alta gestão na tomada de decisões.

4.2. Análise de maturidade

Análise da Liga Ventures de movimentos e maturidade do setor

CONTEÚDO EXCLUSIVO PARA USUÁRIOS PRO

Emergentes	Disruptores
44,62%	14,62%
19,49%	20,26%
Estáveis	Nascentes

Seja usuário PRO e tenha diferencial competitivo!



ou

Clique aqui

4.3. Conclusões

O hábito de compra dos consumidores mudou drasticamente com a pandemia. Hoje, vivemos o ambiente phygital, a experiência omnichannel e a busca pela melhor conveniência nas compras. A pesquisa Global Consumer Insights - Pulse mostrou que, na prática, 35% dos consumidores no Brasil e 41% no mundo fazem compras exclusivamente online ou aumentaram a frequência, em diversas categorias. Com esse número, sustenta-se o percentual de crescimento das startups no mesmo período: 30,5%.

Na pesquisa “The future of consumer markets” foram mapeadas 5 macrotendências que devem balizar as mudanças no cenário varejista dos próximos anos. Uma delas é o futuro da alimentação, em que os

consumidores buscam mais transparência na cadeia de produção, sustentabilidade e saudabilidade. Segundo a Global Consumer Insights Survey, dentre os principais atributos de alimentos pelos quais os consumidores estão dispostos a pagar mais, 55% dos consumidores brasileiros escolhem as opções mais saudáveis como o principal estímulo - no mundo, esse número é de 53%. Dentro desse contexto, as tendências de novos alimentos, como proteínas vegetais, itens veganos, fórmulas ultra nutritivas, suplementos e opções para dietas especiais (gluten-free, zero lactose, zero açúcar) se conectam com as movimentações das startups: o segmento que se manteve em maior patamar de evolução neste período, foi o de novos alimentos e bebidas.

4.3. Conclusões

Outra macro-tendência mapeada pelo estudo é a cadeia de suprimentos digital. As mudanças de hábito dos consumidores forçaram as empresas a digitalizar suas operações. O Brasil, com suas dimensões continentais, faz com que as empresas precisem superar barreiras de geolocalização de maneira eficiente e produtiva, para obter resultados sustentáveis e crescer. Com isso, é possível observar por meio das transações de M&A a diminuição das startups de Logística e entrega e gestão de pedidos. Essa internalização das startups faz parte do movimento das corporações para a diminuição do tempo de entrega aos consumidores, uma vez que 49% dos respondentes brasileiros consideram um serviço rápido e confiável como o principal atributo durante as compras on-line,

segundo a Global Consumer Insights Survey.

Outro hábito dos consumidores que foi acentuado durante a pandemia é esperar que o varejista mantenha o mesmo nível de atendimento da experiência física no on-line. Para a construção da “loja do futuro” e a relevância da marca - ambas macro-tendências destacadas no The future of consumer markets - podem demandar o conhecimento das startups para gerar e entregar valor em toda a cadeia de serviços. Observa-se essa tendência traduzida em números neste anuário, visto que o montante de startups de marketplace de alimentos e delivery foi o que mais evoluiu no último ano.

4.3. Conclusões

Em relação à evolução regionalizada, o indicativo do aumento de startups dos marketplaces B2B na região Norte pode significar que a presença física das lojas foi substituída pela presença digital, possibilitando maior penetração nesta localidade. Assim como no Nordeste, em que as mudanças culturais na forma de consumir regionalmente, impulsionaram o crescimento das startups no que diz respeito à marketplaces de alimentos e delivery. No Sul e Sudeste, os mercados mais consolidados junto com a maior proximidade de centros de distribuição e matrizes de negócios podem gerar conforto nesta fase de adaptação da produção e do consumo, direcionando uma maior quantidade de startups aos caminhos dos novos serviços e produtos. Enquanto isso, no Centro-Oeste, o crescimento das startups de agronegócio reforçam a vocação da região.

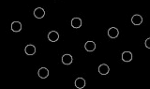
Entender as modificações que ocorreram nas cadeias de produção e consumo no Brasil, permite-nos retomar diversos aspectos que permeiam desde a maturidade tecnológica nos processos até a experiência do consumidor final. Ao estreitarmos o olhar para a alimentação, as modificações podem ser ainda mais relevantes. Hoje, observamos que a tecnologia e a inovação também estão nas embalagens e na forma de comprar os alimentos e as refeições. É nesse processo que entendemos a importância e a capacidade de evolução das startups - presentes dentro das atividades principais das empresas, como “braços” de serviços, no atendimento ao cliente e desenvolvimento dos marketplaces. Para acompanhar o dinamismo das relações atuais, é importante criar diferenciais inovadores, gerando a fidelização, a recorrência e principalmente a capacidade das marcas de capturar as oportunidades em todos os pontos da cadeia.

5

Outros conteúdos



Encontre startups de diversos segmentos mapeadas por especialistas!



Acesse dados demográficos, número de startups e informações detalhadas



Avalie, favorite e entre em contato direto com a startup!

5.1. The future of consumer markets

Com o avanço da pandemia de covid-19, consumidores absorveram e adotaram o e-commerce como a principal plataforma de consumo para múltiplas categorias, passando a acessar mais a internet, bem como as informações nela disponíveis. Assim, nasceu a necessidade de entender os dois mundos, físico e digital, para enxergarmos as possibilidades de forma mais clara. Nesta pesquisa, foram destacadas as cinco tendências de consumo que podem balizar os novos tempos, trazendo as diversas oportunidades e seus desafios.

Saiba mais

Completa



ou

Clique aqui

Resumida



ou

Clique aqui

5.2. Global Consumer Insights Pulse Survey

Um ano após a pandemia de Covid-19 movimentar os mercados mundiais, os novos hábitos construídos a partir dela devem se consolidar. Neste sentido, a Global Consumer Insights Pulse Survey mostra as quatro principais linhas de segmentação que podem distinguir o consumidor em diferentes grupos: o trabalho, a geração, o engajamento com questões de saúde e sustentabilidade e a localização geográfica. Em cada uma, existem variáveis importantes que interferem na forma de consumir e caracterizar o perfil do consumidor. Ao compreendê-las, as empresas podem melhor se preparar para o futuro.



EQUIPE

Raphael Augusto

Sócio-Diretor
raphael.augusto@liga.ventures

Bruna Silva

Startup Scanner
bruna.silva@liga.ventures

Mateus Santos

Startup Scanner
mateus.santos@liga.ventures

Luani Viccino

Startup Scanner
luani.viccino@liga.ventures

Gustavo Amaral

Startup Scanner
gustavo.souza@liga.ventures

Gabriela Ermini

Marketing
gabriela.ermini@liga.ventures

Thais Justino

Marketing
thais.justino@liga.ventures

Gabriela Jardim

Marketing
gabriela.jardim@liga.ventures

Eduardo Kenji

Design
Kenji@liga.ventures

Raphael Marques

Design
raphael.marques@liga.ventures

Ícaro Bedinotto

Produtos Digitais
icaro.bedinotto@liga.ventures

Naomi Gimenes

Desenvolvimento de Negócios
naomi.gimenes@liga.ventures

Carlos Coutinho

Sócio e Líder de Consumer Markets da PwC Brasil
carlos.coutinho@pwc.com

Luiz Ponzoni

Sócio de Novos Negócios e Inovação da PwC Brasil
luiz.ponzoni@pwc.com

Isadora Faria

Gerente sênior de Novos Negócios e Inovação da PwC Brasil
isadora.faria@pwc.com

Imprensa

PiaR - Aline Luz
aline.luz@piarcomunicacao.com.br

Quer saber mais? Cadastre-se em **startupscanner.com**



Seja usuário PRO e
tenha diferencial
competitivo!



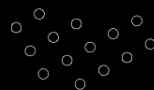
ou
Clique aqui

Ex: Health Techs; Food Techs; Retail Techs...

Buscar



Encontre startups de diversos
segmentos mapeadas por
especialistas!



Acesse dados demográficos,
número de startups e informações
detalhadas



Avalie, favorite e entre em
contato direto com a startup!