

REALIZAÇÃO

DISTRITO



upxad

PANORAMA TECH AMÉRICA LATINA

2023



DISTRITO

O **Distrito** é uma plataforma de inovação que potencializa resultados de negócios por meio de novas tecnologias. Capacitamos executivos para a nova economia, conectando-os às novas soluções e resolvendo desafios concretos das empresas.

Em 5 anos, construímos um avançado sistema de inteligência e banco de dados mapeando a performance de cerca de **37 mil startups**, produzindo um conhecimento único sobre o impacto das tecnologias e novos modelos de negócio. Hoje, nossa plataforma SaaS atende mais de **60 corporações clientes** e **800 startups residentes**.



O **SoftBank** investe em tecnologias inovadoras para melhorar a vida das pessoas em todo o mundo. O SoftBank Group é composto pelo SoftBank Group Corp. (TOKYO: 1984), uma holding de investimentos que inclui **participações em IA, robótica inteligente, IoT, telecomunicações, serviços de internet e provedores de tecnologia de energia limpa**; e os SoftBank Vision Funds e os SoftBank Latin America Funds, que investiram mais de US\$ 160 bilhões para ajudar empreendedores extraordinários a transformar indústrias e construir novas.

upload

A **Upload Ventures identifica e investe em empresas em early-stage na região da América Latina**. A empresa foi criada pelos sócios-diretores Rodrigo Baer, Marco Camhaji e Norberto Giangrande e tem o SoftBank Latin America Fund como principal sócio.

As empresas do portfólio da Upload Ventures são: Abstra, Arch, Birdie, BotCity, Digibee, D-Una, Indaband, Medway, Minu, Neivor, Nilo, Olist, Salu, TipSpace, Triple Session, Wildlife Studios e Worc.

Sumário

Contexto sobre a América Latina	6
Estatísticas Gerais América Latina	14
Unicórnios da América Latina	27
Venture Capital e M&As	35
Principais ecossistemas América Latina	55
Argentina	56
Brasil	65
Chile	76
Colômbia	88
México	97
Encerramento	106

Nossos sinceros **agradecimentos aos parceiros** que contribuíra com conteúdo, dados e opiniões na produção deste estudo.



Metodologia

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

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

- **Ter a inovação no centro do negócio, seja na base tecnológica, no modelo de negócios ou na proposta de valor.**
- **Estar em atividade no momento da realização do estudo, medido pelo status do site e atividade em redes sociais.**
- **Ter nacionalidade latino-americana e operar atualmente na América Latina.**

O trabalho de definição das categorias foi baseado em análise da literatura relevante e das classificações utilizadas amplamente no mercado, no Brasil e no mundo. A definição da categoria a que pertence cada startup foi feita por nossa equipe, e, quando uma startup opera em mais de uma categoria, a situamos na que interpretamos como sua atividade principal ou de maior visibilidade.

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

- Aceleradoras, incubadoras e ecossistemas;
- Software Houses (desenvolvimento de software sob demanda);
- Consultorias;
- Agências de marketing, publicidade e design.

Enfatizamos que os números apresentados podem estar sujeitos a alterações ao longo do tempo, conforme a precisão das informações fornecidas pelas próprias startups e nossa capacidade de interação com elas evoluem. Compreendemos que a base de informações deve ser viva, assim como a evolução da categorização das companhias.

Nosso objetivo é sempre melhorar e fazer o possível para destacar o ecossistema. Caso queira registrar a sua startup em nosso banco de dados para aparecer nos próximos materiais, por favor, **[acesse esse link](#)**.

***Todos os dados deste material foram extraídos no dia 30/06/2023 sendo os dados compilados até esta data.**



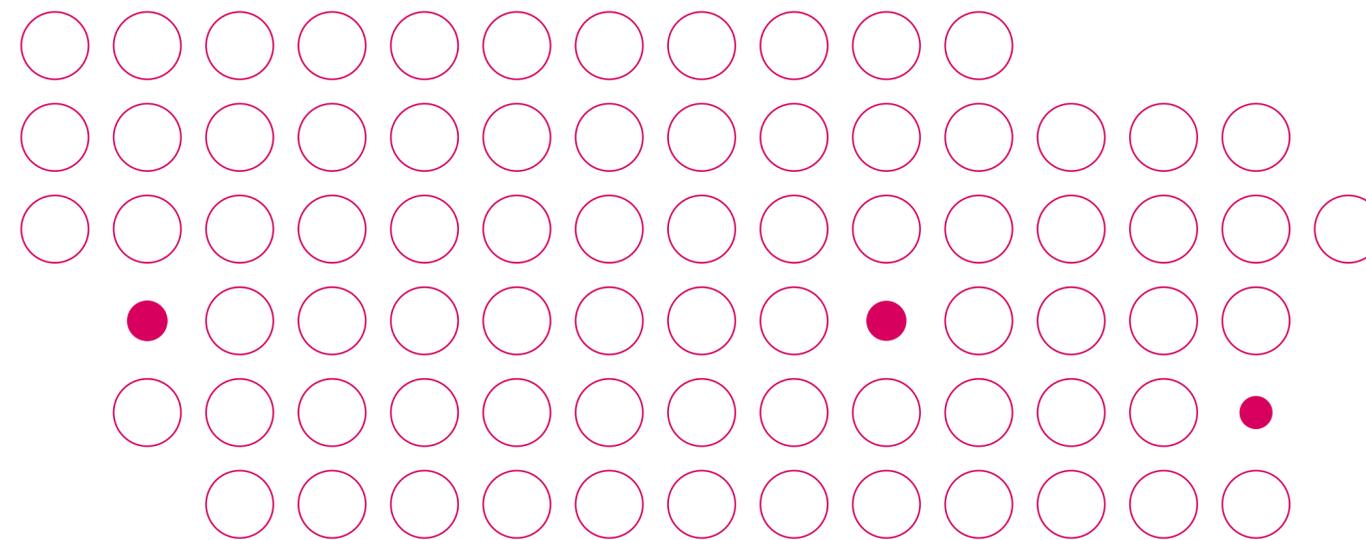
Com o objetivo de mapear a região com base em dados e números de mercado, apresentamos a primeira edição do **Panorama Tech América Latina**.

Como forma de demonstrar nosso empenho e comprometimento, gostaríamos de **coletar suas percepções e críticas** sobre o material.

Agradecemos antecipadamente por dedicar alguns minutos para nos **ajudar a melhorar**.

[Clique aqui para acessar o formulário ou acesse a url: \[shre.ink/2G98\]\(https://shre.ink/2G98\)](#)

Introdução



Devido ao contexto histórico e econômico em que se deu a formação e desenvolvimento da América Latina, a região adquiriu características muito distintas quando comparada ao resto do globo. Parte desta distinção se deve ao fato de que, durante muito tempo, o potencial da região foi negligenciado, o que resultou no **desenvolvimento alheio aos mercados globais** de um mercado interno de inovação e tecnologia.

Enquanto a América Latina se desenvolvia, o mercado norte-americano, no começo da década passada, já investia em **tecnologias emergentes como inteligência artificial (IA) e quântica**. Essa complexificação de soluções e modelos de negócios surgiram como consequência do amadurecimento do mercado tecnológico local, proporcionando o desenvolvimento de tecnologias disruptivas a partir do envolvimento de empreendedores, investidores, corporações, instituições de ensino e pesquisa e muitos outros

agentes. Houve até uma onda de investimentos tecnológicos mirabolantes, como o skate voador da startup **Arx Pax**, do Vale do Silício, por exemplo.

Depois do mercado norte-americano, essa mesma dinâmica se fez presente em outras regiões, como no Oeste Europeu e países asiáticos, como Japão, China e Coreia do Sul.

Assim, ao olharmos para a América Latina, percebemos que a região possui **aspectos socioeconômicos favoráveis** - como o crescimento populacional, o aumento da renda média, a expansão do uso da internet e a adoção de smartphones - e uma série de desafios de base. Esses desafios representam as dores do cotidiano das empresas e dos indivíduos: embora não haja tecnologia quântica, existem soluções envolvendo demandas por digitalização, como a telemedicina e serviços financeiros, por exemplo.

Como resultado do amadurecimento lento e progressivo do mercado latino, e da atenção recebida dos players globais em função da potencialidade e escalabilidade da região, **a América Latina ganhou o espaço merecido e a capacidade de ascender como um ecossistema de relevância global.**

O material a seguir tem como objetivo, além de compreender o atual estado da região, compilar e apresentar os principais fatores que fizeram com que a América Latina chegasse ao seu status atual como **mercado emergente de tecnologia e inovação**. **Boa leitura!**

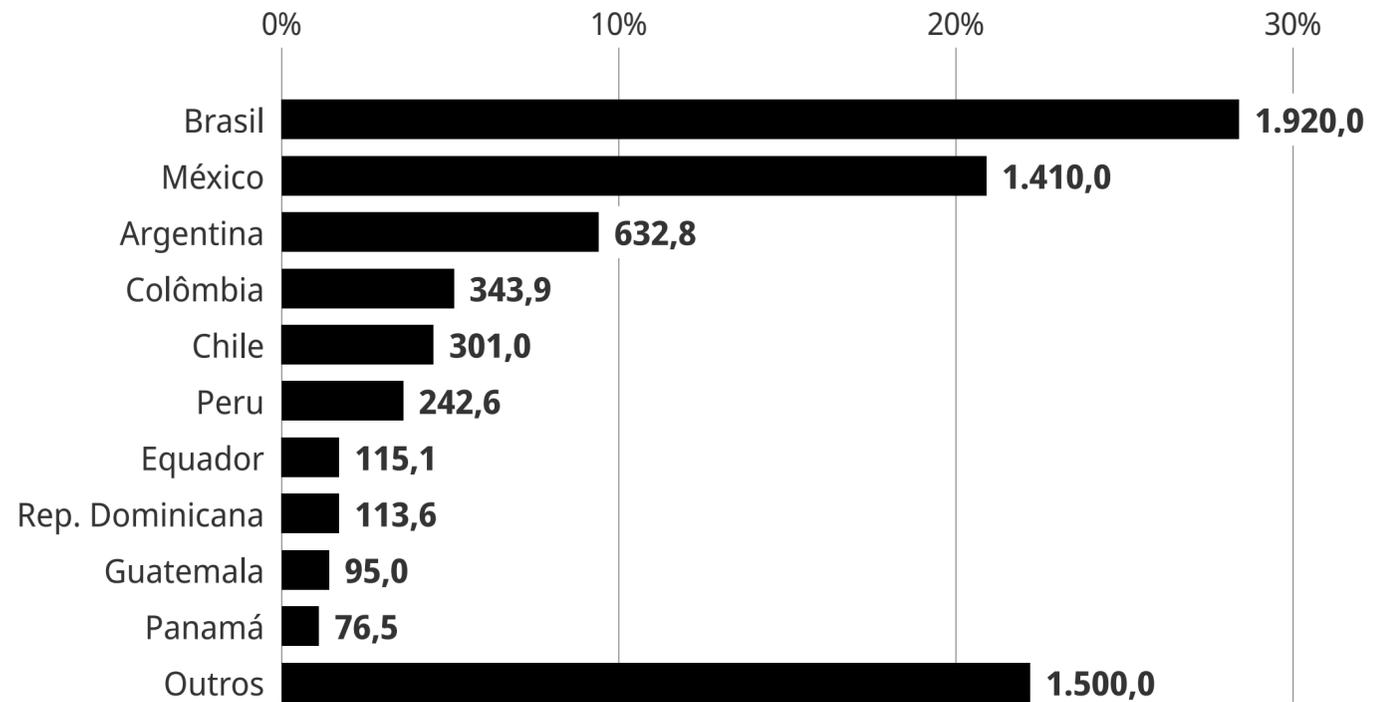
Contexto sobre a América Latina

A dinâmica da região, juntamente com suas características culturais, contribui para um ambiente em constante evolução, que naturalmente fomenta a inovação.

Somados, os países da América Latina são responsáveis por 6,64% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, com US\$ 6,75 trilhões.

Segundo o Banco Mundial, os dados mostram que houve um **crescimento médio anual de 3,8% em 2022**. Considerando-se a América Latina como um país, ela ocuparia a terceira posição no ranking dos maiores Produto Interno Bruto (PIB) mundiais.

PIB por país da América Latina (2022)
(em US\$ milhões)



PIB por país/região (2022)
(em US\$ trilhões)



Se a América Latina fosse um país, teria a 3ª maior economia do mundo.

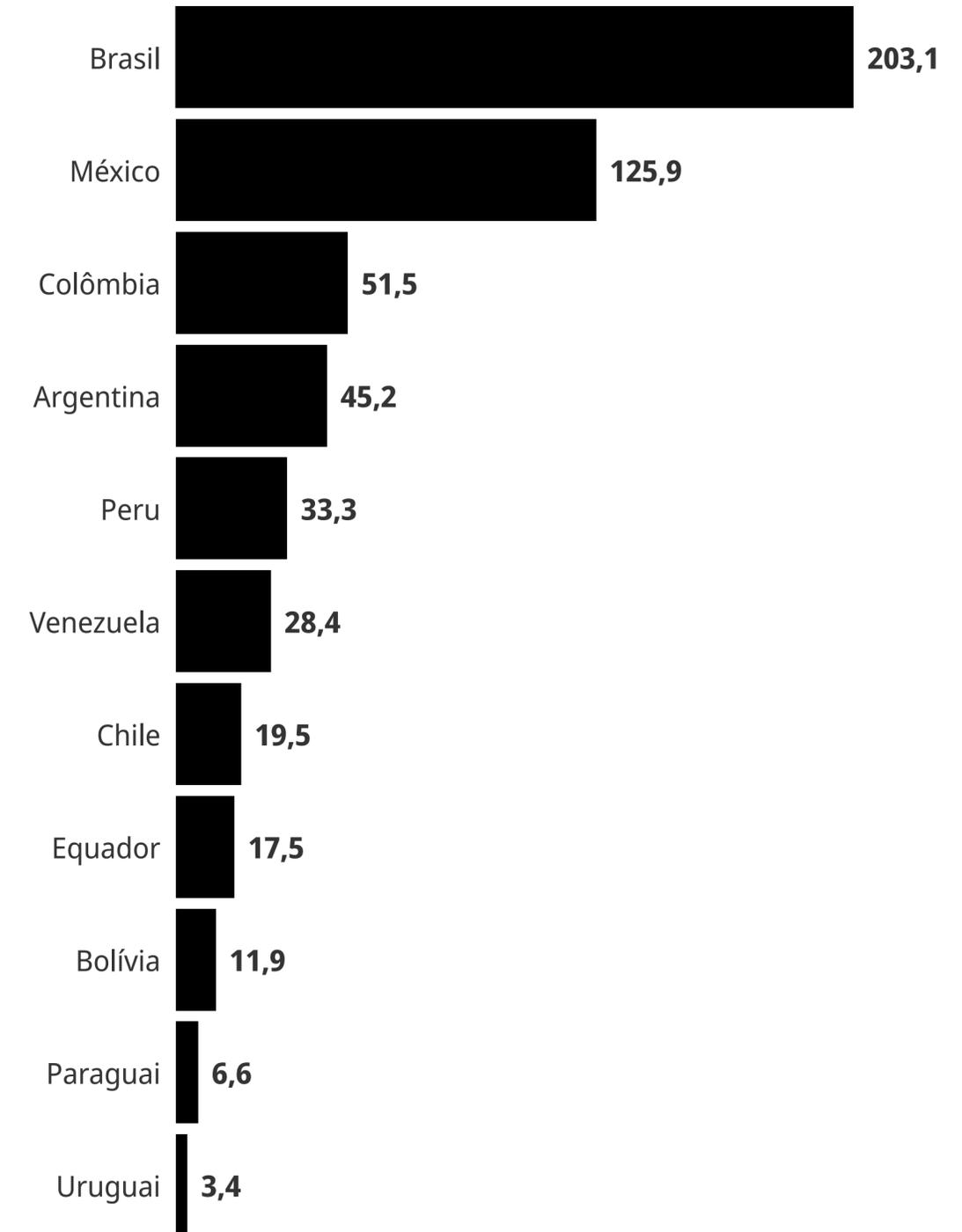
Os países da América Latina possuem 660 milhões de habitantes, cerca de 8,5% da população mundial.

Quase um terço deste número - cerca de 203,1 milhões - está no Brasil. O México é o segundo país mais populoso, com 126 milhões de habitantes.

Apesar da grande população, a América Latina acompanha o movimento de desaceleração populacional que se observa em vários países do mundo, com uma taxa de fecundidade de 1,85 filho nascidos vivos por mulher e projeções para que este número continue em queda, chegando a 1,68 no ano de 2100, segundo a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL). A fim de comparação, a taxa de fecundidade mundial está em 2,31.

A pandemia também afetou diretamente o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da região. Apesar deste índice ter caído no mundo todo, de acordo com a ONU, a América Latina ainda demora a se recuperar devido à pandemia e à Guerra na Ucrânia. De qualquer forma, **dois países da região figuram entre os 50 com o maior IDH: Chile, na 42ª posição, e Argentina, 47ª posição.** O Brasil, país mais populoso da região, ocupa a 87ª posição. O Haiti ocupa a última posição, considerando os países da América Latina, estando na 163ª posição, segundo o Relatório de Desenvolvimento Humano 2021/2022 desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

População
(em milhões)



Saúde

Outro problema compartilhado por esses países é a falta de investimentos em saúde. **Embora a região gaste uma média de 6,8% do seu PIB com saúde, de acordo com a CEPAL, este número ainda está muito aquém em comparação à média de 8,5% gastos em outros países da OCDE** (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico), fazendo com que 1,7% da população entrasse na pobreza e 12,7% tivesse agrave da pobreza decorrentes de gastos particulares com a saúde.

Apesar disso, a região tem iniciado uma forte digitalização nos seus serviços de atenção à saúde. A Costa Rica, por exemplo, realiza 100% de seus atendimentos de atenção primária utilizando prontuários eletrônicos e outras tecnologias, segundo relatório da OCDE em parceria com o Banco Mundial. Essa digitalização cresceu principalmente devido à pandemia, utilizando a tecnologia como uma das medidas frente à necessidade de distanciamento social, ao fornecer informações em tempo real online, regulação da telemedicina, entre outros.

Educação

A educação é uma das esferas que apresenta índices muito parecidos em diferentes países latino-americanos. A cada três anos, a OCDE realiza o principal exame internacional em educação através do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa). **Na última avaliação, realizada em 2018, todos os países latino-americanos participantes ficaram abaixo da média dos países da OCDE.** O Chile é quem lidera os países da região, ocupando a 43ª posição na categoria leitura e a 45ª posição na categoria ciências. O Uruguai ocupa a 58ª posição em matemática, seguido por outros países da América Latina, como o Chile em 59º lugar, México em 61º e Costa Rica em 63º. A República Dominicana ocupa a última posição entre os países latino-americanos, estando em 78º lugar. **Um estudo realizado pela UNESCO identificou ainda que, desde 2013, não há avanços significativos na educação da região.**

Agronegócio

A América Latina segue forte quando o assunto é a diversificação de atividades econômicas. A região é destaque no agronegócio, sendo considerada a **maior produtora de alimentos básicos e de maior exportação líquida de alimentos do mundo**, segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO). O Brasil é um dos cinco maiores produtores no ramo. Para se ter uma ideia, o setor é tão forte no país que representa mais de 25% do PIB e, somente em abril de 2023, exportou o equivalente a US\$ 14,69 bilhões, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). A Argentina também não fica para trás: o país é um dos 5 maiores produtores mundiais de soja e milho. O agronegócio também é forte no México, colocando o país na 7ª posição de maior exportador de alimentos do mundo, de acordo com o Ministério da Agricultura e Pecuária. Não só isso, **a FAO prevê que a América Latina tenha a maior expansão de terras cultivadas até 2050.** Entretanto, startups voltadas à soluções para o agronegócio representam apenas 3,29% de todas as startups mapeadas da América Latina.

Atividades como a agropecuária, indústria e serviços são responsáveis por movimentar a economia da região, fazendo com diversos países da América Latina figurem entre os 100 países mais ricos do mundo.

Pobreza

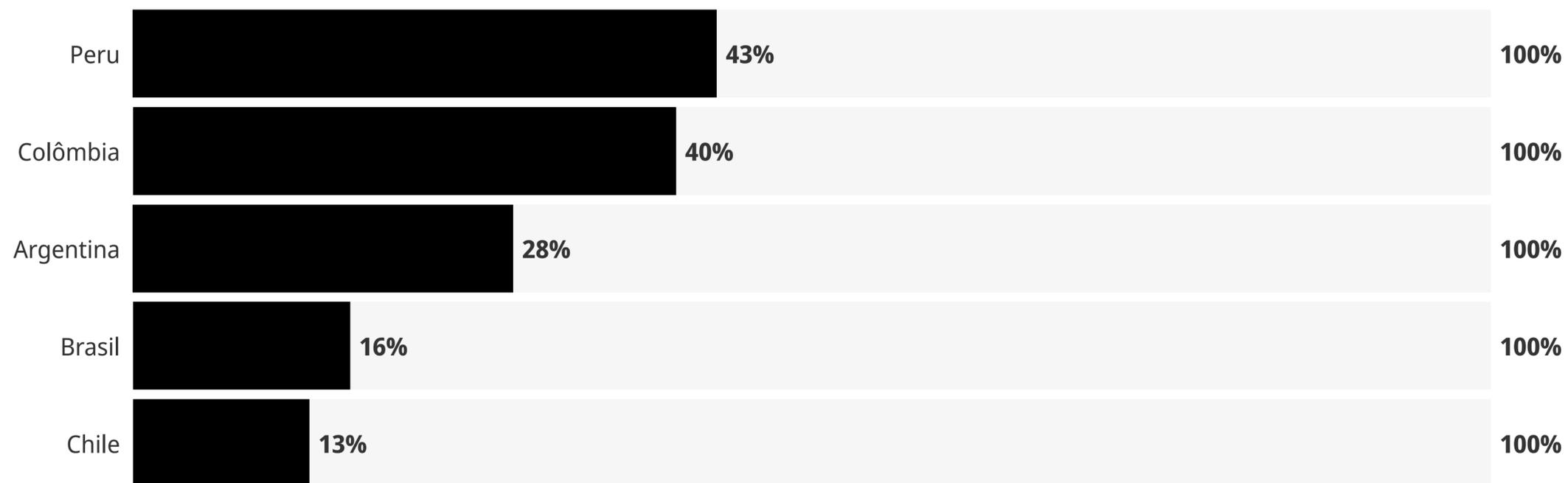
Outra característica une os países latino-americanos: a alta desigualdade social. Embora a região tenha um PIB alto, a riqueza é distribuída de forma desigual, fazendo com que o **território fosse considerado a região mais desigual do planeta pela ONU em 2019**. Para se ter uma comparação, o PIB per capita do Panamá, terceiro maior PIB per capita da região, é de US\$ 15.355, porém seu coeficiente de Gini - índice que vai de 0 a 1 e mede a desigualdade social, onde 0 representa uma maior igualdade e 1 a desigualdade - é de 0,52, sendo que a média mundial é de 0,364 segundo a OCDE. O índice da América Latina como um todo chegou a 0,458, de acordo com a CEPAL. Não só isso: ainda segundo a CEPAL, devido à desigualdade, a taxa da pobreza chegou a 32,3% da população total da América Latina e a extrema pobreza a 12,9% em 2021. Mesmo assim, este índice caiu em 0,5 ponto percentual em relação a 2020.

Desbancarização

Os países latino-americanos possuem uma grande fatia da população que é desbancarizada. Embora a pandemia tenha mudado a forma como as pessoas se relacionam com os serviços bancários, **122 milhões de pessoas ainda não possuem conta em banco, isso corresponde a 18,48% da população**. Porém, este cenário está mudando. Com o sucesso das fintechs na América Latina, mais pessoas estão entrando no sistema financeiro: desde o início da pandemia, 22,7 milhões de brasileiros abriram sua primeira conta bancária, de acordo com o Banco Central. Além disso, impulsionados pela democratização do acesso à internet e à facilitação do acesso ao crédito, as vendas por e-commerce estão cada dia mais altas, representando muitas oportunidades para o ecossistema de inovação latino-americano.

Taxa de desbancarização

(% da população total)



76% da população latino-americana tem acesso à internet, um percentual bem acima da média global de 60%.

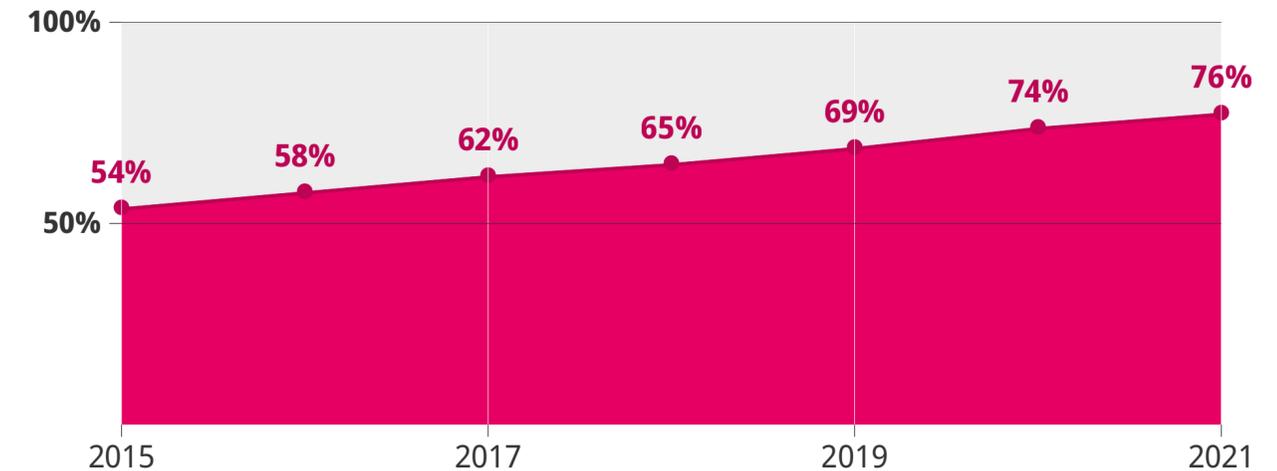
Embora a internet seja um fenômeno relativamente novo na América Latina, surgindo na região na década de 1990, é nítido o **protagonismo que os meios digitais possuem na cultura latino-americana.**

A América Latina entrou um pouco mais tarde que outros países na revolução digital. Enquanto China, Estados Unidos e Índia já consolidavam sua presença digital em meados de 2005, a América Latina começou a expandir sua digitalização aproximadamente em 2015, um atraso de 10 anos em relação à China que, por sua vez, está 8 anos atrás dos Estados Unidos, segundo a Atlantico.

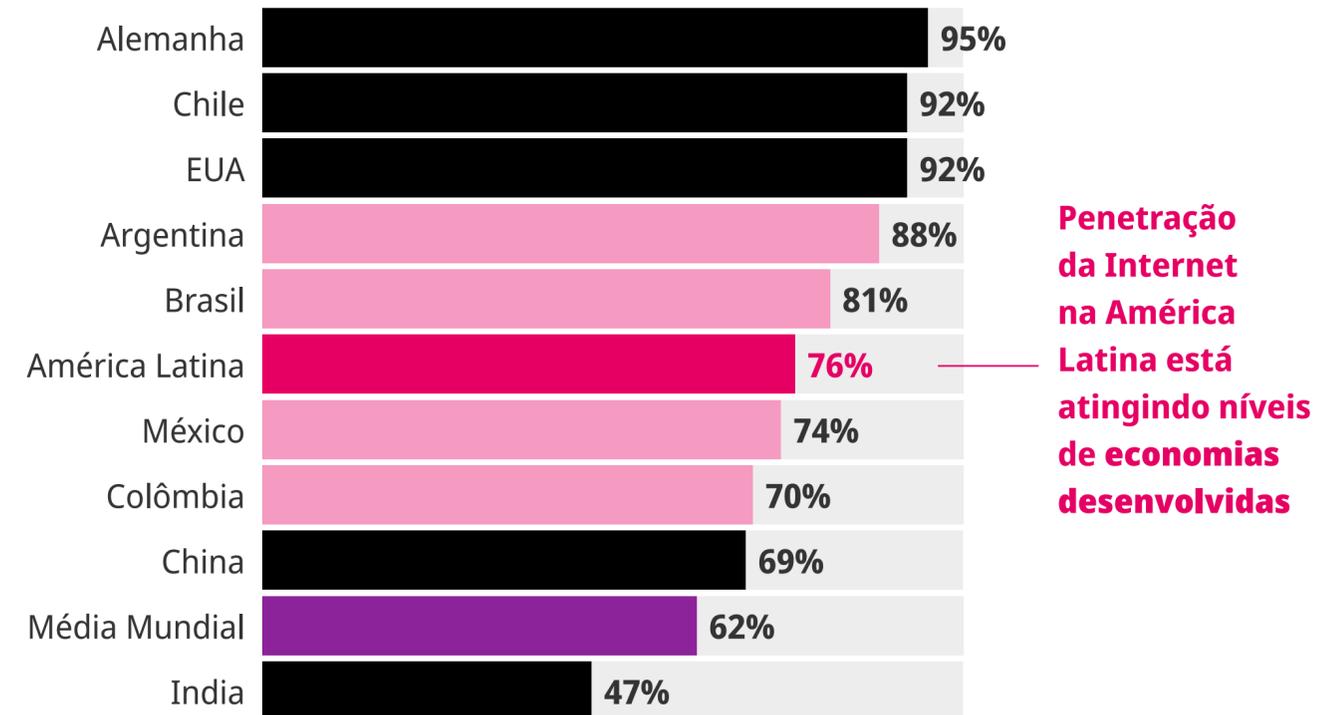
Mesmo assim, de acordo com estudo da AVI Latinoamérica, entre 2010 e 2019, a demanda pela

internet aumentou em 119% e alcançou 69,3% da população. Após este período, a crise sanitária causada pelo coronavírus mudou a forma como as pessoas se relacionavam com diversos serviços, forçando uma migração e adaptação para os meios digitais. Hoje, 76% da população latino-americana tem acesso à internet, um percentual bem acima da média global de 60% apontada pelo Banco Mundial e atrás somente dos Estados Unidos, com taxa de penetração da internet de 91% e da Europa, com taxa de 85%, de acordo com a Bloomberg. Além disso, um estudo da GSMA aponta que a penetração da internet e o uso de smartphones estão atingindo o mesmo nível de economias mais avançadas.

Taxa de penetração da internet na América Latina (2015 a 2021)



Taxa de penetração da internet (2021)

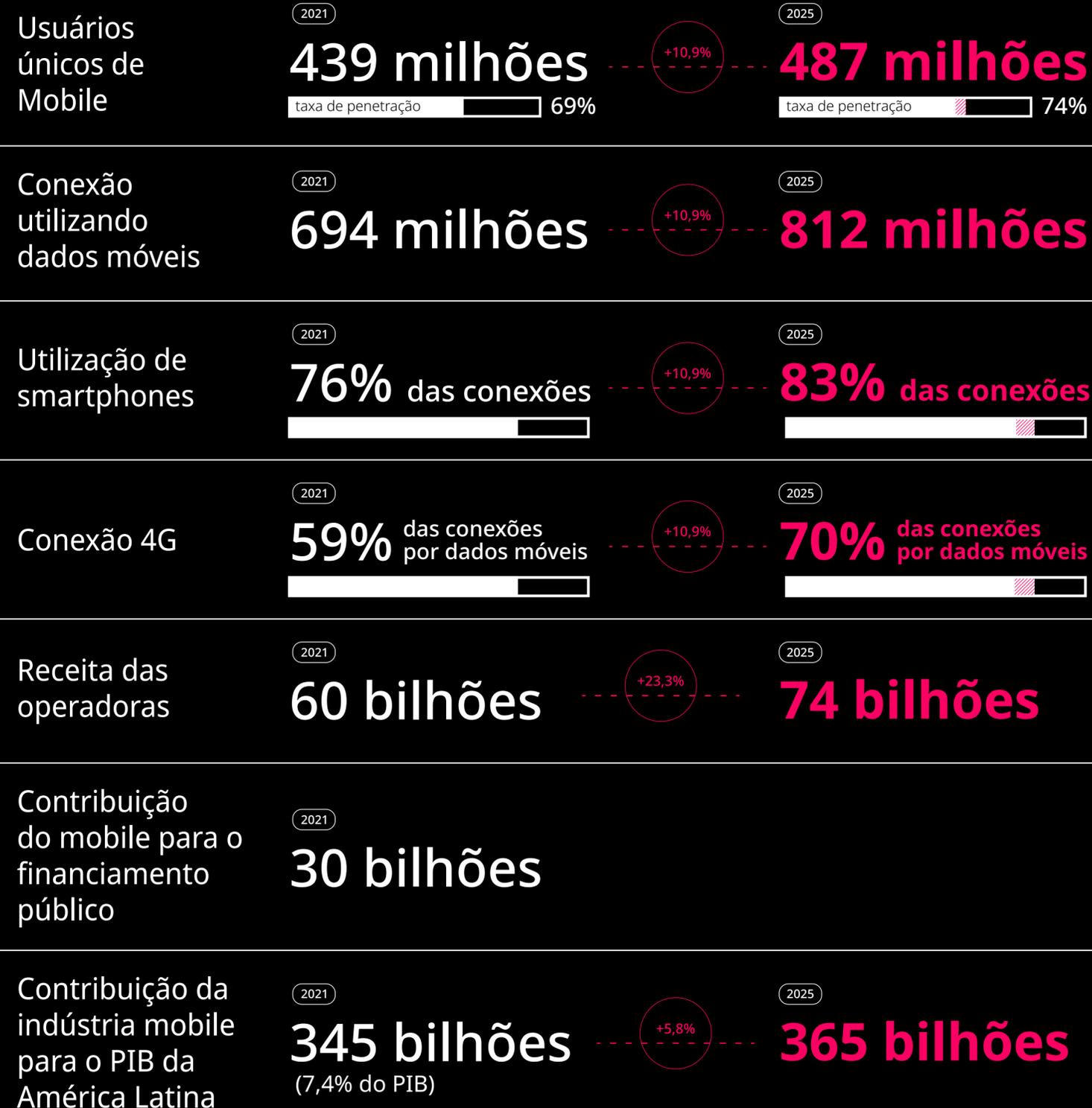


América Latina é mobile first, passando 212 minutos em redes sociais por dia.

Grande parte dos acessos à internet são realizados via smartphones. No Brasil, por exemplo, 92 milhões de pessoas acessam a internet apenas pelo celular. Esse número representa 62% dos usuários do país, de acordo com o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Além disso, um estudo da GSMA concluiu que até 2025, 83% das conexões da América Latina serão via smartphones. Em termos econômicos, a indústria mobile contribuiu com 7% do PIB e US\$ 33 bilhões para fundos públicos latino-americano em 2019.

A popularidade dos smartphones na região tem um motivo: os latino-americanos lideram o ranking quando o assunto é gasto de tempo com as redes sociais, passando, em média, 212 minutos por dia navegando na internet. Quatro países latino-americanos estão no ranking das 10 nações que mais gastam tempo com as mídias sociais: Brasil (2º), Colômbia (3º), Argentina (5º) e México (8º), de acordo com matéria divulgada pela Época Negócios.

Por fim, o mobile impacta diretamente na utilização dos serviços ofertados pelas empresas. A Ebanx identificou que ter um aplicativo mobile é o fator mais decisivo para as pessoas na hora de escolher um streaming, por exemplo, sendo o critério mais importante para 40% dos respondentes.



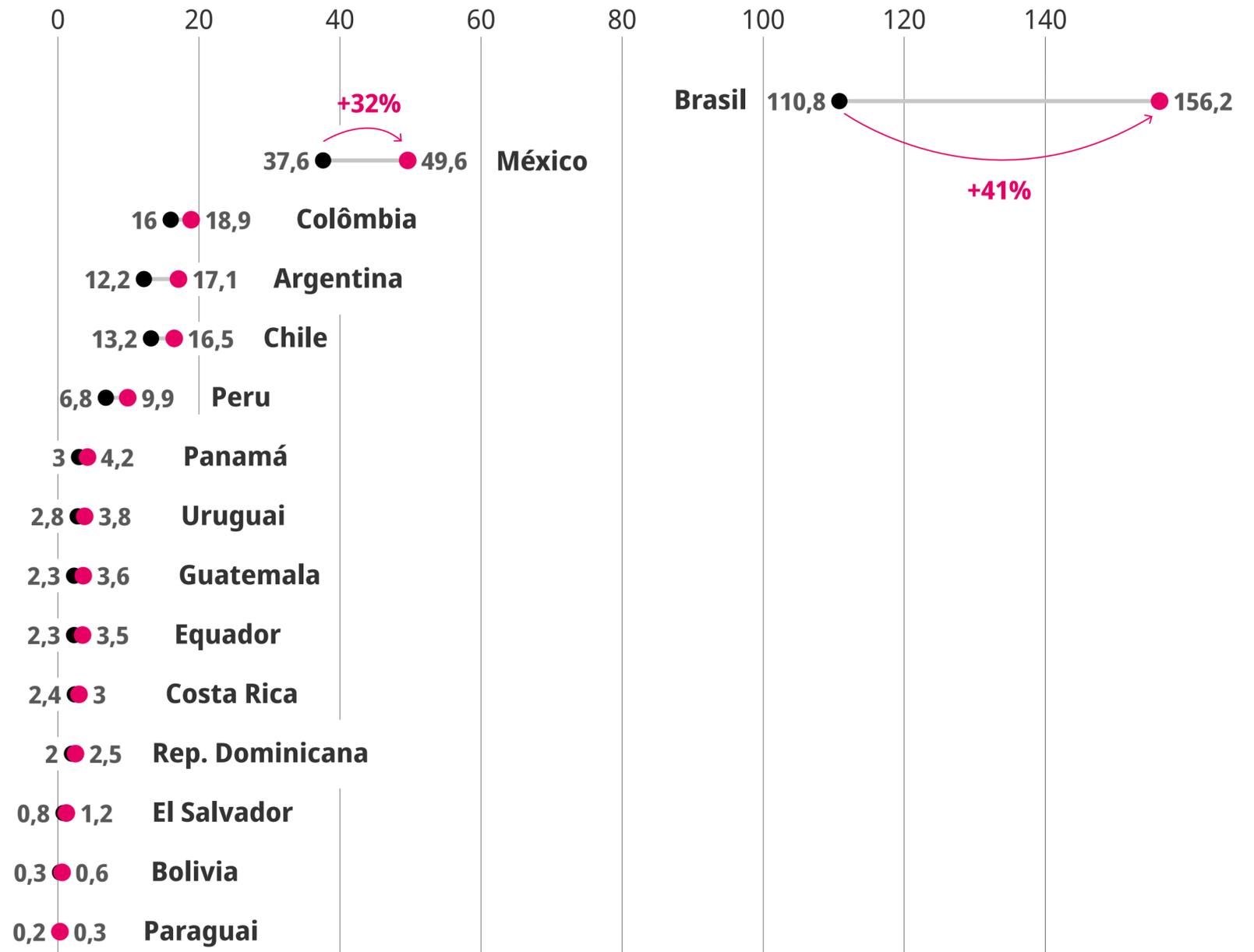
O e-commerce deve crescer 30% todos os anos até 2025.

Para além das redes sociais, a América Latina também utiliza principalmente o smartphone para realizar compras online. Uma pesquisa da Ebanx concluiu que, entre 2019 e 2020, houve uma transição onde as pessoas passaram a comprar mais por smartphones que por desktops. Além disso, um estudo da agência Marco realizado em 2022 apontou que, na pandemia, 98% dos brasileiros aumentaram suas compras online, um índice maior que dos colombianos, com 88%, e dos mexicanos, com 80%. A média europeia, segundo o estudo, foi de 67%. Isso reflete diretamente nas oportunidades de expansão do e-commerce na América Latina. A pesquisa do Ebanx mostra que o e-commerce deve crescer 30% todos os anos até 2025 e que os pagamentos digitais, que ultrapassaram a quantidade de pagamentos por dinheiro em 2019, devem continuar subindo.

A oportunidade de crescimento não se restringe apenas ao e-commerce. Segundo a Atlantico, a América Latina tem um potencial trilionário ao se igualar com países mais desenvolvidos, como os Estados Unidos.

Tamanho do mercado de e-commerce (em US\$ bilhões)

● 2020
● 2021



Estatísticas Gerais

América Latina

Um **panorama sobre as startups** da América Latina.

SETORES

AGTECH

Startups que visam automatizar processos e otimizar o **setor agropecuário**.

BIOTECH

Startups aplicadas às **ciências biológicas** e disciplinas adjacentes.

CIBERSEGURANÇA

Startups aplicadas à segurança contra **ataques cibernéticos** ou fraudes em empresas.

COMUNICAÇÃO

Startups que impactam o setor de **telecomunicação** e possibilitam uma comunicação à distância mais eficiente.

DEEPTECH

Startups que desenvolvem **tecnologias avançadas**, como inteligência artificial, IoT, blockchain, dentre outras.

EDTECH

Startups aplicada ao **setor educacional**, que propõe novas formas de ensino ou atuam com soluções para instituições de ensino físicas ou online.

ENERGYTECH

Startups aplicadas à otimização, própria **geração de energia** ou **promovem acesso a energia**.

MÍDIA E ENTRETENIMENTO

Startups que visam contribuir no **lazer dos usuários**.

FINTECH

Startups que **impactam o sistema financeiro**, de bancos e empresas ao consumidor final.

FOODTECH

Startups que **desenvolvem novos alimentos**, utilizando ciência, inovação e tecnologia para melhorar a produção, a qualidade e a sustentabilidade da alimentação.

GREENTECH

Startups que favorecem a **preservação do meio ambiente** e ajudam a diminuir o impacto ambiental.

HEALTHTECH

Startups **aplicadas à saúde** e ao bem-estar da população, bem como soluções para automatizar e otimizar processos de gestão hospitalar e clínica.

HRTECH

Startups aplicadas a otimizar e/ou automatizar processos na área de **recursos humanos de empresas**.

INDÚSTRIA

Startups aplicadas a tornar a **indústria mais escalável**, eficiente, customizável e ágil.

INSURTECH

Startups aplicadas ao **setor de seguros**, visando a automação, otimização e/ou digitalização de processos bem como a criação de novos produtos na área.

SETORES

MARTECH

Startups aplicadas ao setor de **marketing, publicidade e propaganda**.

MOBILIDADE

Startups aplicadas a **mobilidade urbana e interurbana**, em qualquer modalidade.

PETTECH

Startups aplicadas ao mercado de **animais de estimação**, com soluções para os pets, para os consumidores e até mesmo para as lojas e profissionais da área.

REAL ESTATE

Startups voltadas tanto para o setor de **construção civil** como para o **setor imobiliário**.

RETAILTECH

Startups aplicadas ao **varejo, e-commerce, backoffice varejista e à loja do futuro**.

SPORTTECH

Startups aplicadas a inovação no mercado de **esportes e atividades físicas**.

SUPPLY CHAIN

Startups aplicadas à gestão e/ou otimização de processos na **cadeia logística**, desde a fabricação até a entrega ao consumidor.

TRAVELTECH

Startups aplicadas aos players da **indústria do turismo**.

REGTECH

Startups aplicadas a auxiliar empresas e pessoas a seguir em conformidade com **regulamentações e leis**, bem como otimizar processos na área jurídica e conectar os players deste setor.

GESTÃO DE NEGÓCIOS E PROJETOS

Startups aplicadas a **gestão de negócios e projetos** sem uma aplicação específica/core.

GOVTECH

Startups com soluções inovadoras cujo core atende ou está **ligado direta ou indiretamente ao governo**.



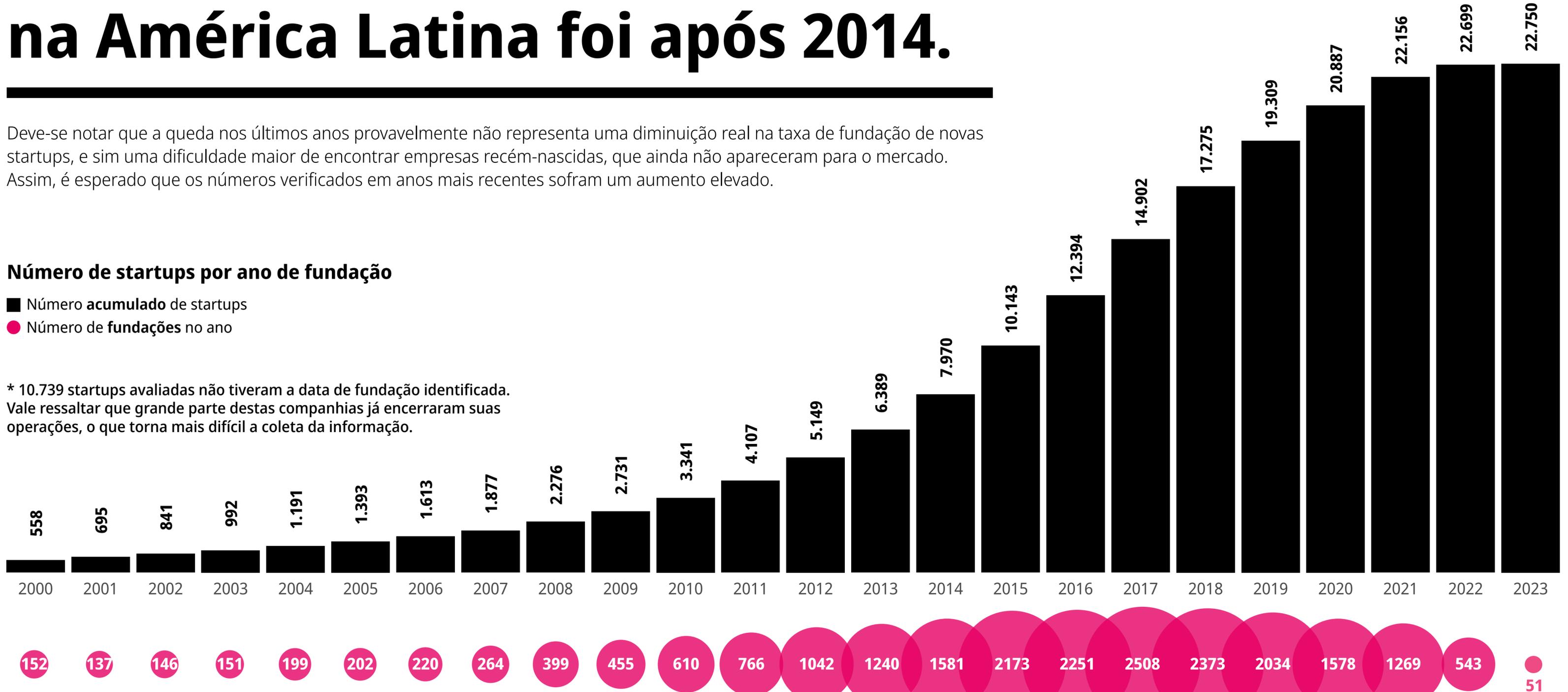
Boom do surgimento de startups na América Latina foi após 2014.

Deve-se notar que a queda nos últimos anos provavelmente não representa uma diminuição real na taxa de fundação de novas startups, e sim uma dificuldade maior de encontrar empresas recém-nascidas, que ainda não apareceram para o mercado. Assim, é esperado que os números verificados em anos mais recentes sofram um aumento elevado.

Número de startups por ano de fundação

- Número acumulado de startups
- Número de fundações no ano

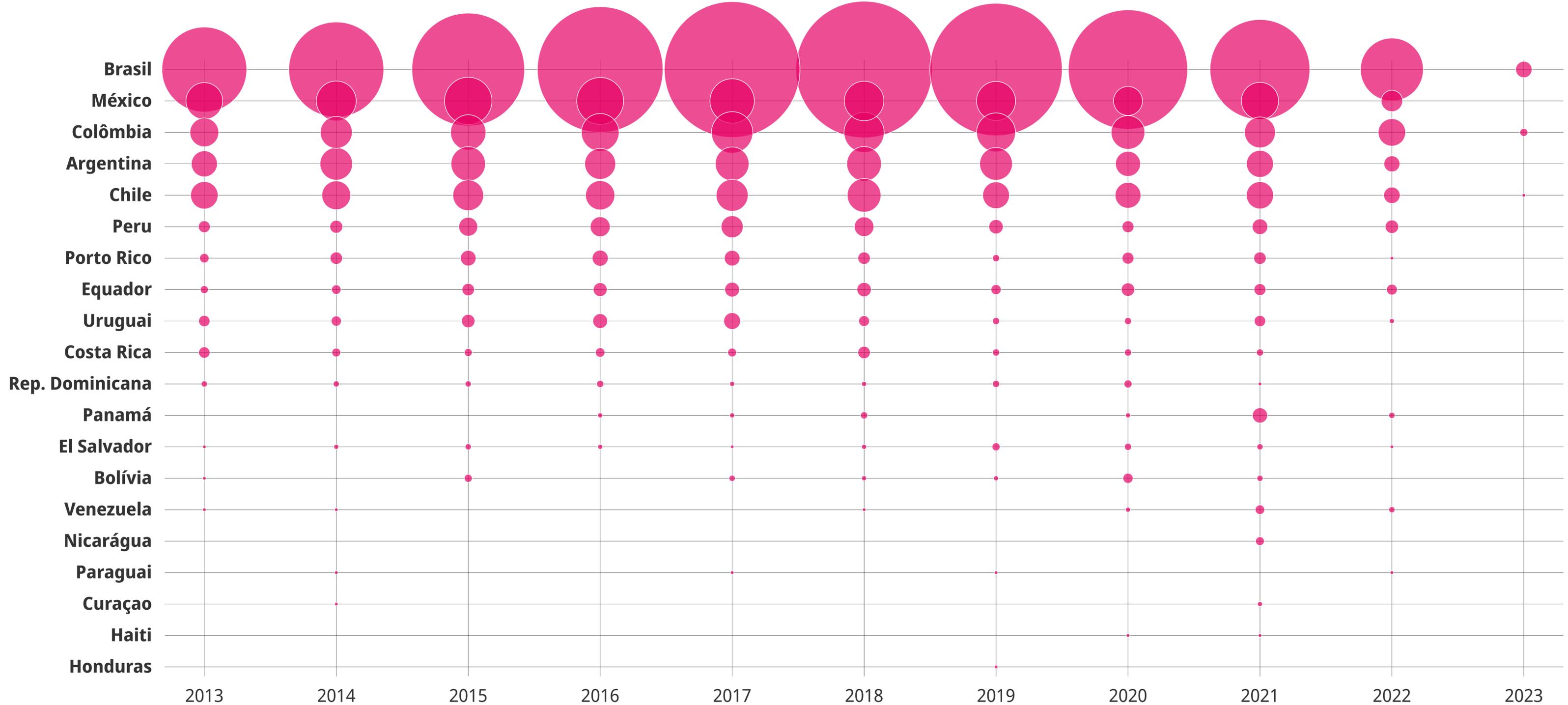
* 10.739 startups avaliadas não tiveram a data de fundação identificada. Vale ressaltar que grande parte destas companhias já encerraram suas operações, o que torna mais difícil a coleta da informação.



Concentração de startups ativas por ano de fundação e país (2013-2023)

*Países ordenados conforme soma do acumulado de startups da página

*O gráfico considera as startups fundadas por ano entre 2013 a 2023. Não entram na análise startups fundadas em período anterior ou que não tiveram o seu ano de fundação mapeado.

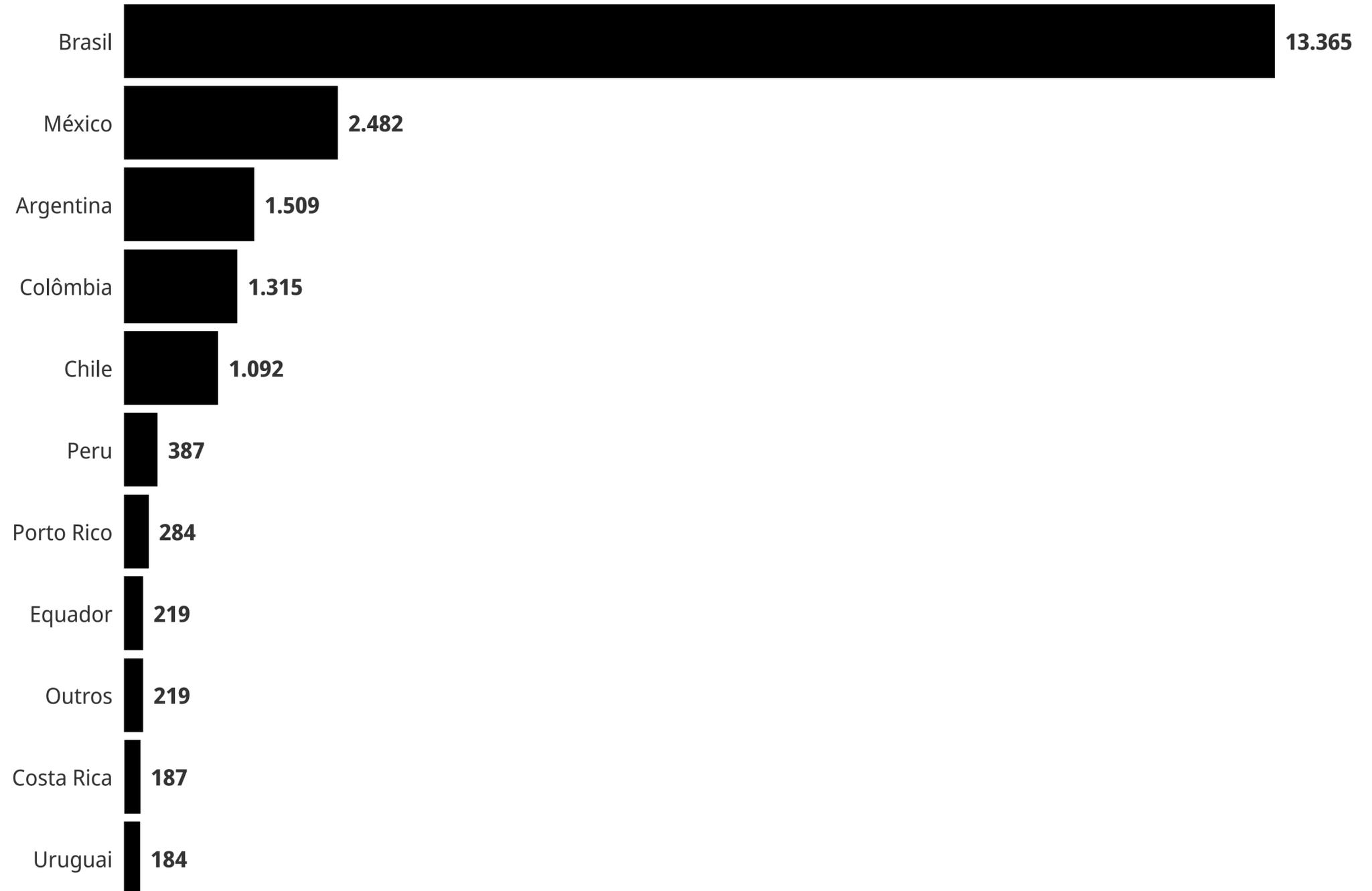


Brasil é o maior mercado em número de startups de toda a América Latina.

Com mais de 13 mil startups, representando 62,9% do total, o Brasil lidera como polo de startups latino-americanas. Seguido por México (11,7%), Argentina (7,1%), Colômbia (6,2%) e Chile (5,1%).

*Outros: República Dominicana, El Salvador, Bolívia, Panamá, Venezuela, Nicarágua, Paraguai, Curaçao, Haiti, Honduras

Número de startups ativas por país

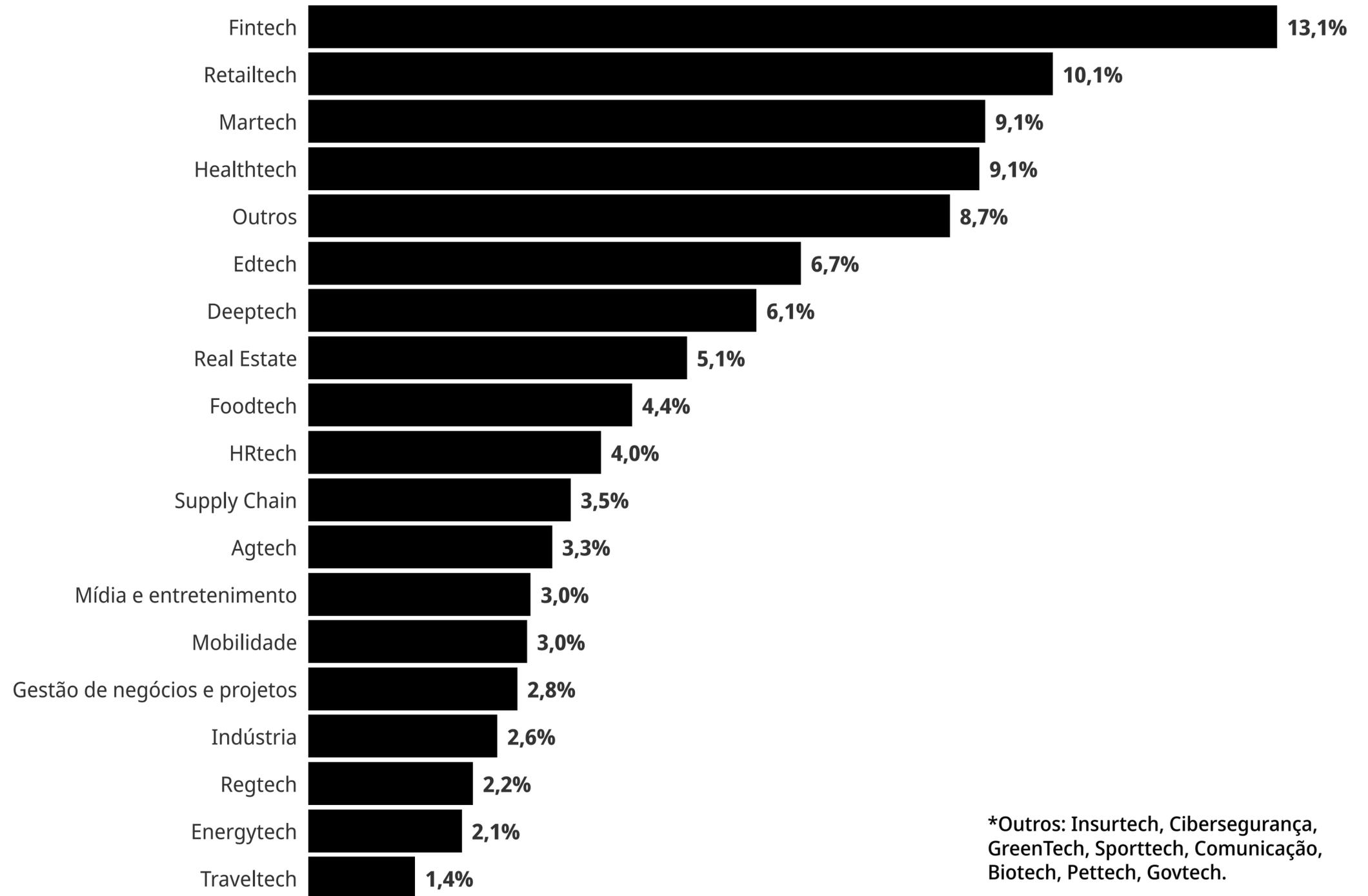


Fintech é o maior setor da América Latina.

Países em desenvolvimento, como é o caso dos da América Latina, oferecem grandes oportunidades em diversos setores e permitem o surgimento de produtos por meio dos canais digitais. No setor Fintech, novas regulações e uma grande população de desbancarizados foram fatores que possibilitaram o desenvolvimento de soluções voltadas para essa área.

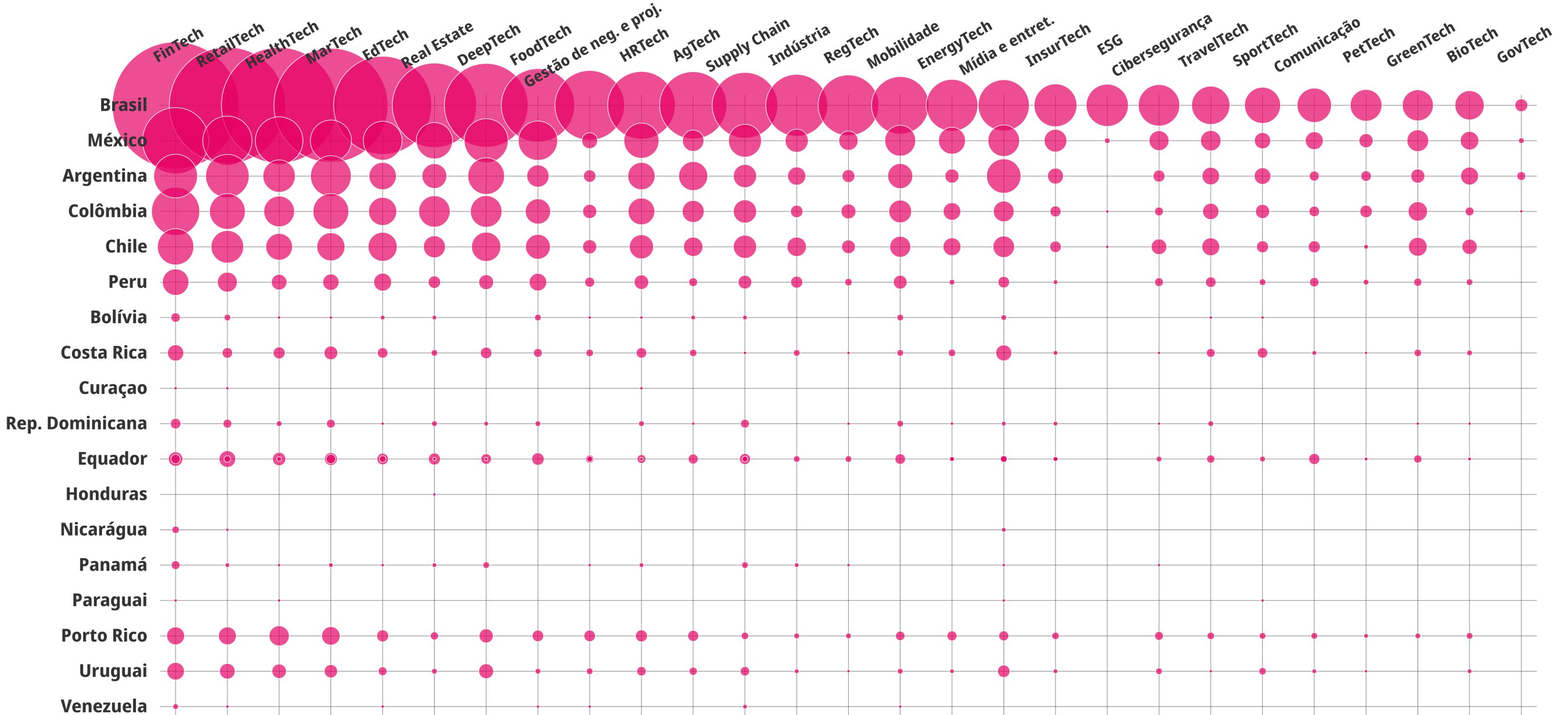
No gráfico da página seguinte, podemos observar que o setor Fintech não se concentra em alguns países específicos da América Latina; pelo contrário, ele é relevante para quase todos os países da região. O mesmo pode ser dito de Retailtech, o segundo com mais startups, e de Martech, terceiro maior na América Latina.

Representação de startups por setor



*Outros: Insurtech, Cibersegurança, GreenTech, Sporttech, Comunicação, Biotech, Pettech, Govtech.

Concentração de startups por setor e país



Proporção de startups por setor e ano de fundação

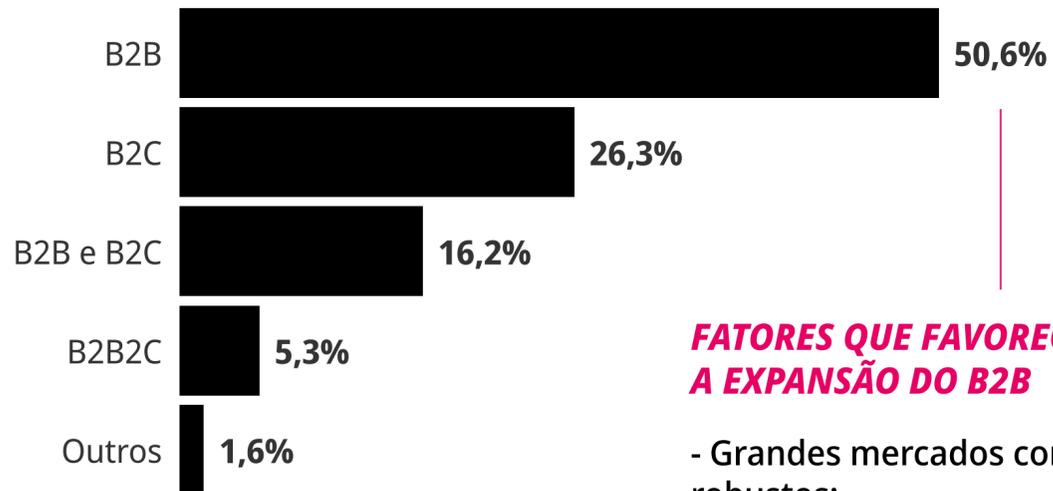
(em %)

*Outros: Insurtech, Cibersegurança, Greentech, Sporttech, Comunicação, Biotech, Pettech, Govtech.

	2019	2020	2021	2022	2023
Martech	13,8	12,4	12,7	12,3	10,3
Retailtech	10,3	10,6	10,8	11,5	9,6
Fintech	11,2	11,7	11,1	9,2	12,4
Edtech	5,5	7,9	7,6	8,4	9,4
Healthtech	6,6	7,5	8,9	7,9	5,9
Deeptech	9,4	8,8	8,1	7,1	6,4
Real Estate	5,5	3,8	4,9	4,7	4,1
Supply Chain	2,4	2,9	3,6	3,9	2,8
HRtech	1,3	4,6	3,9	3,5	3,5
Regtech	0,9	2,0	1,4	3,5	1,9
Gestão de neg. e proj.	2,4	3,7	3,4	3,3	3,2
Mídia e entret.	4,6	3,3	5,7	3,0	3,2
Foodtech	1,5	3,8	2,3	2,9	5,3
Mobilidade	1,3	1,5	2,3	2,9	2,4
Indústria	5,7	1,8	1,8	2,7	3,7
Energytech	1,1	1,7	2,4	2,3	2,4
Agtech	2,8	2,2	2,0	1,5	3,4
Traveltech	1,8	1,8	1,5	1,4	1,9
Outros	12,0	8,0	5,9	8,1	8,2

SaaS predomina como modelo de negócio e B2B como público-alvo das startups da América Latina.

Público-alvo (em %)

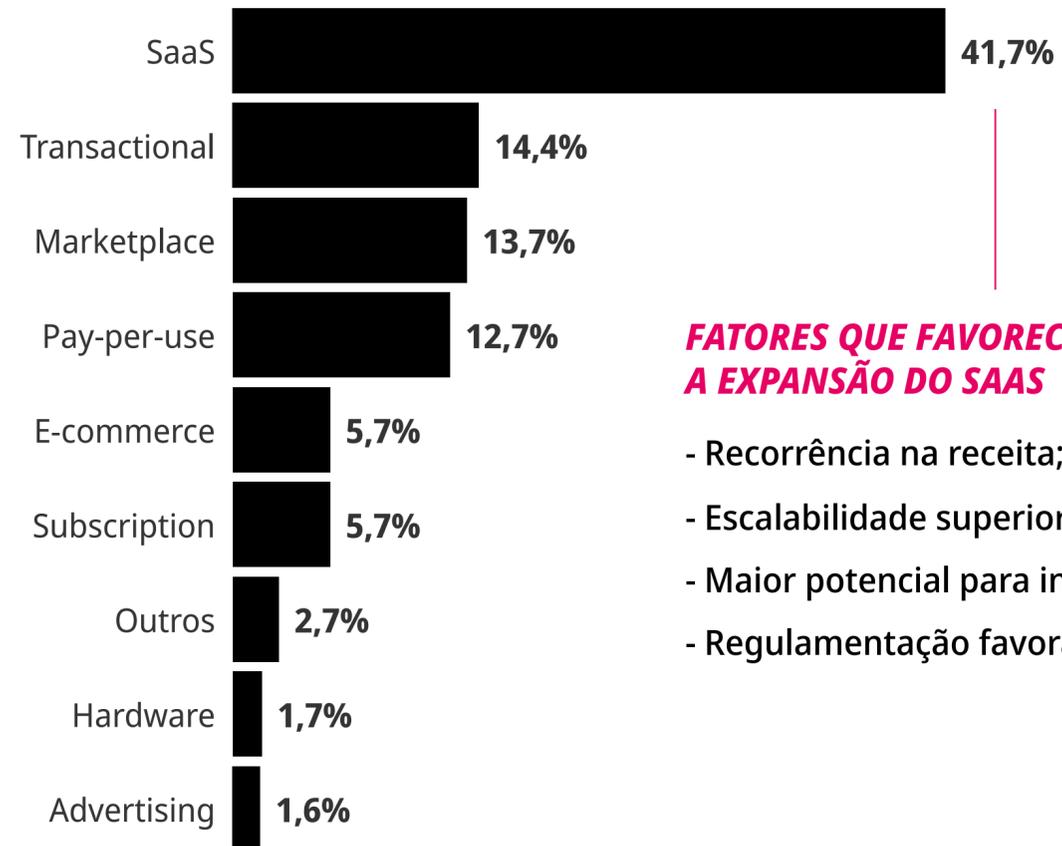


FATORES QUE FAVORECEM A EXPANSÃO DO B2B

- Grandes mercados com orçamentos robustos;
- Receitas mais previsíveis se comparado ao B2C;
- Menor volatilidade ciclos mais longos;
- Tickets médios elevados;
- Feedback mais detalhados e técnicos.

Outros: P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C.

Modelo de negócio (em %)



FATORES QUE FAVORECEM A EXPANSÃO DO SAAS

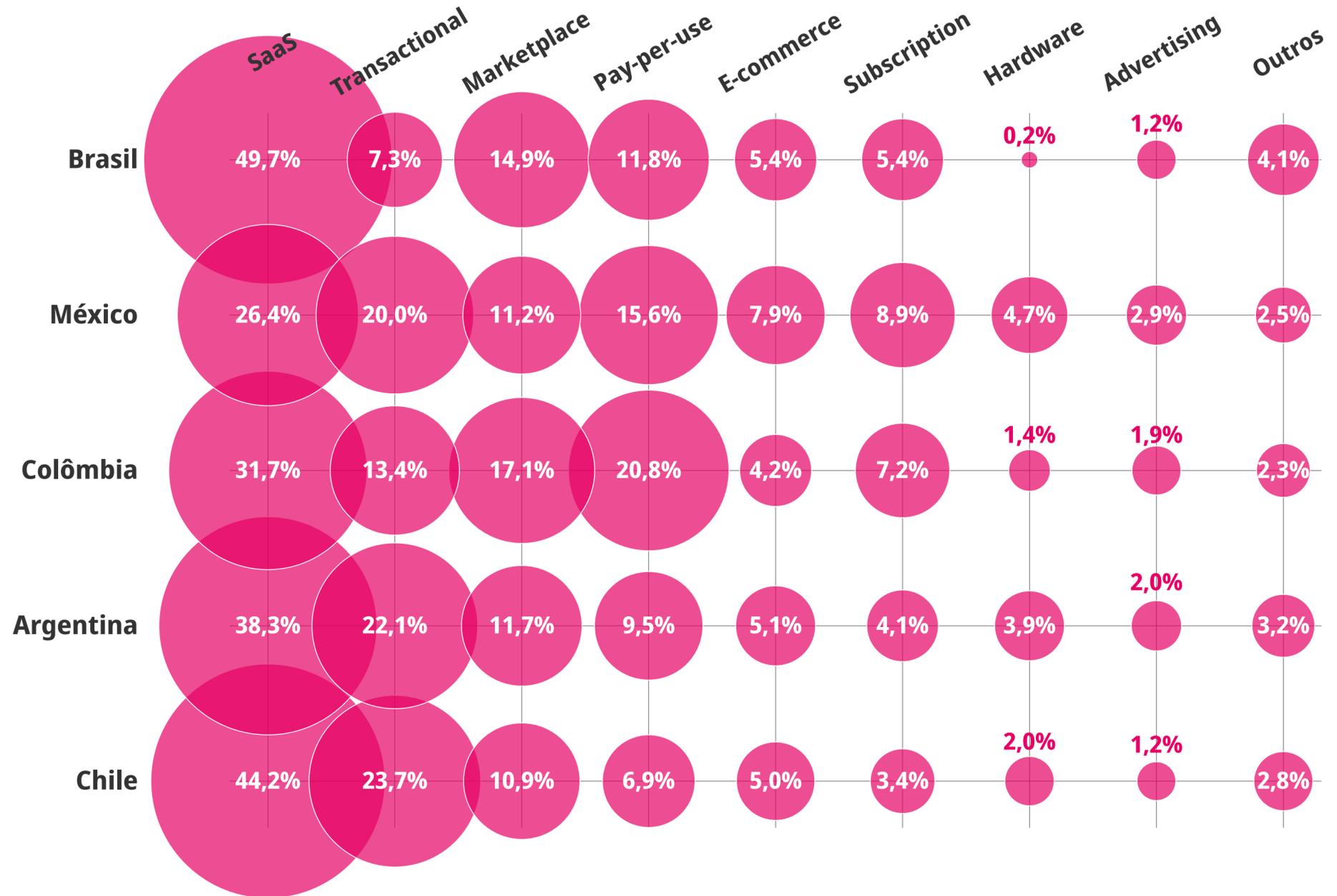
- Recorrência na receita;
- Escalabilidade superior a outros modelos;
- Maior potencial para integração e personalização;
- Regulamentação favorável.

*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

O modelo SaaS predomina em todos os principais países da América Latina.

Software as a Service (SaaS) é o modelo de negócio predominante na América Latina. A dominância não é à toa, além da maior facilidade para escalar negócios baseados em SaaS, estas empresas também acabam tendo maior contato e potencialidade com possíveis clientes e até mesmo investidores. Vale ressaltar que, comparado ao Brasil, os demais países da região possuem um mercado mais distribuído, com destaque para o México e a Colômbia. O México que, ao olharmos com mais atenção, concentra a maior parte de suas startups em modelos de negócio normalmente direcionados ao público B2C e B2B2C, fugindo do clássico modelo global baseado em SaaS B2B.

Startups por modelo de negócio e país (em %)



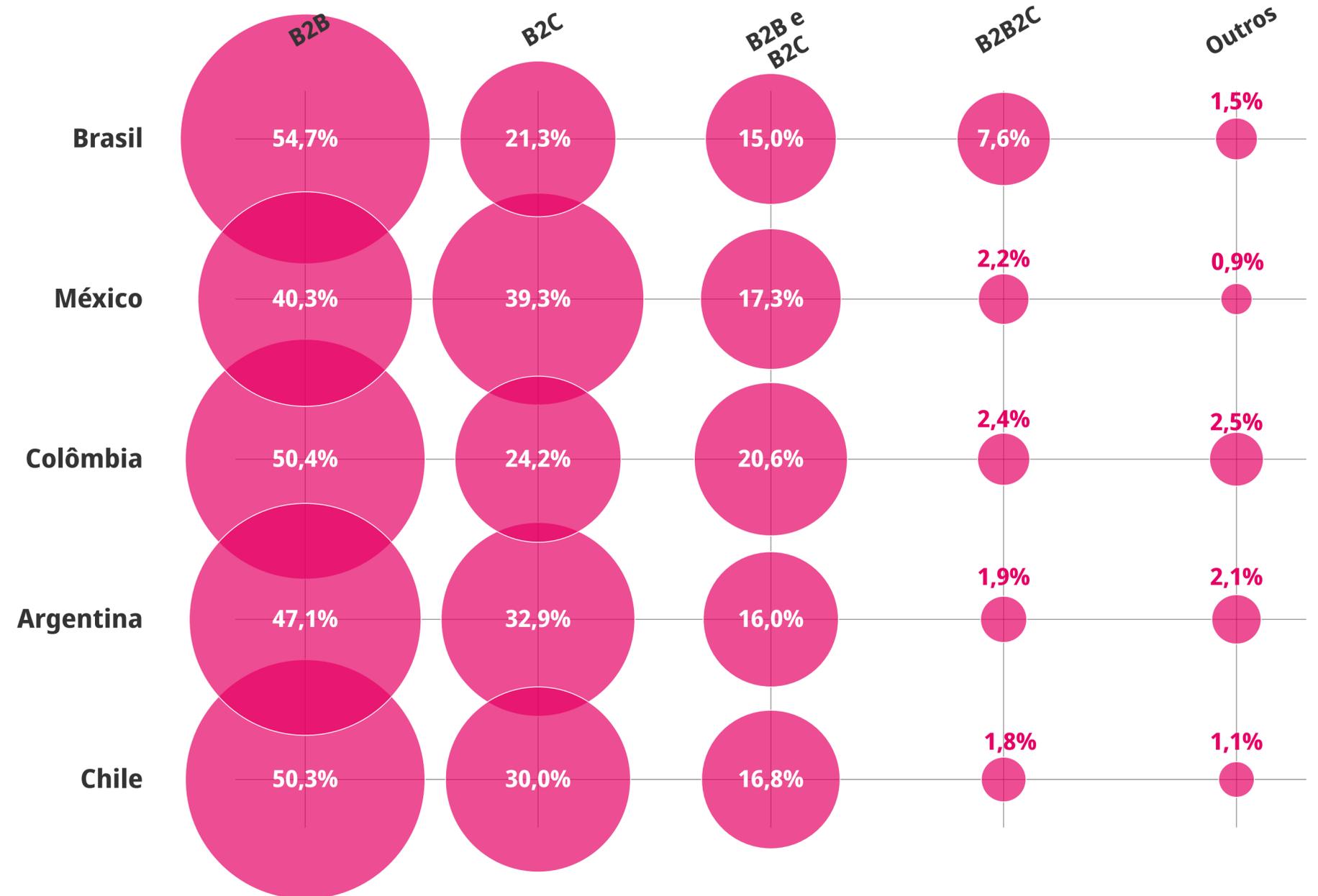
*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

O público-alvo exclusivamente B2B predomina nos principais países latino-americanos.

Juntando as startups que atuam no segmento B2B observamos que mais de 66% de todas as existentes na América Latina oferecem produtos e serviços para esse público, já startups que vendem apenas para B2B sem comercializar para outros públicos representam 50,6% do total.

Vemos que as startups dos principais mercados possuem uma distribuição semelhante quanto ao público-alvo. O público exclusivamente B2B não varia mais que 10% entre os países observando um claro padrão pela preferência e estabilidade na região.

Startups por público-alvo e país (em %)



*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

DISTRITO

DATA PASS

O Distrito acompanha de mais de **37 mil startups**, coletando mais de 100 pontos de dados e sinais de desempenho para cada empresa na **região do mercado latino-americano!**

O nosso alcance não para por aí - também estamos atentos a mais de **15 mil rodadas de investimento** e acompanhamos de perto **1.200 investidores de destaque.**

ACOMPANHE

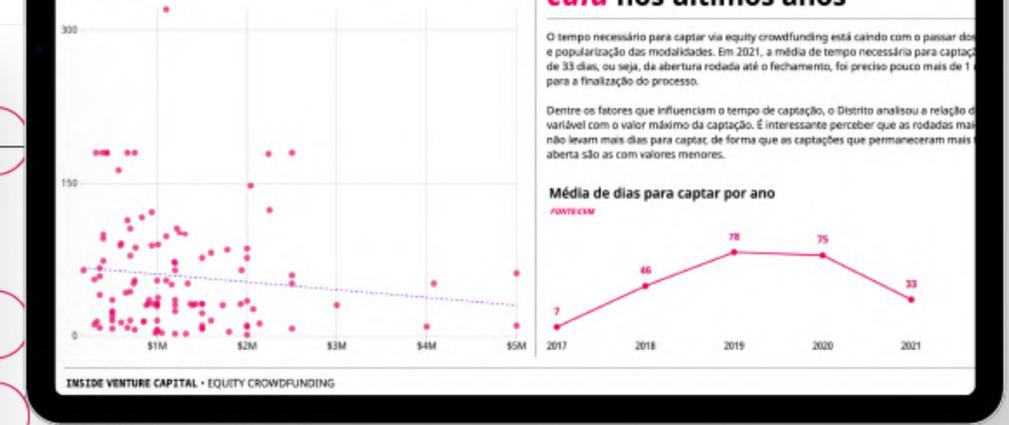
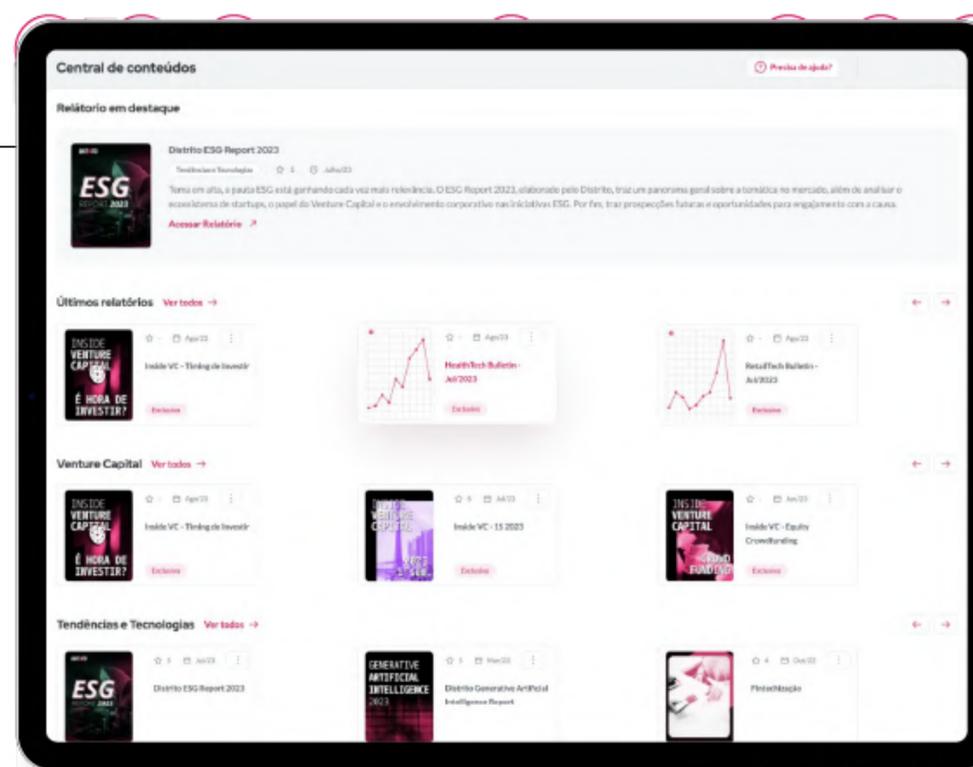
DESEMPENHO DE CENTENAS DE EMPRESAS DA AMÉRICA LATINA

IDENTIFIQUE

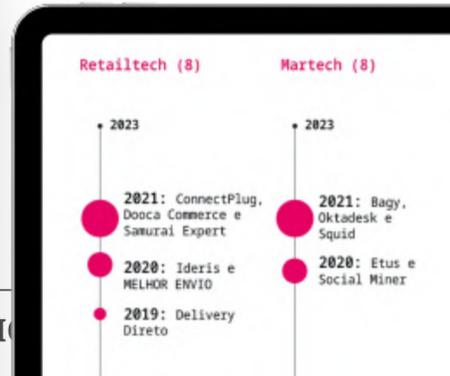
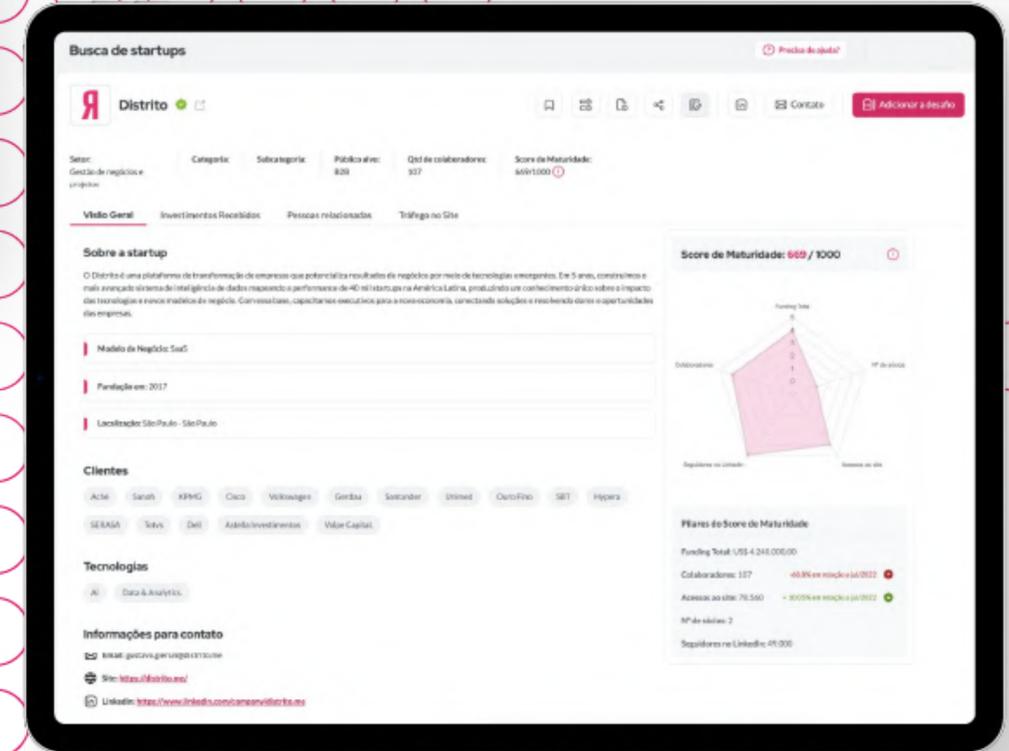
TENDÊNCIAS DE MERCADO ANTES DE SE TORNAREM POPULARES

ACESSE

DADOS E ESTATÍSTICAS DO MERCADO DE VENTURE CAPITAL E DE M&S



TENHA INSIGHTS NOS ESTUDOS DE MERCADO.



ESTATÍSTICAS

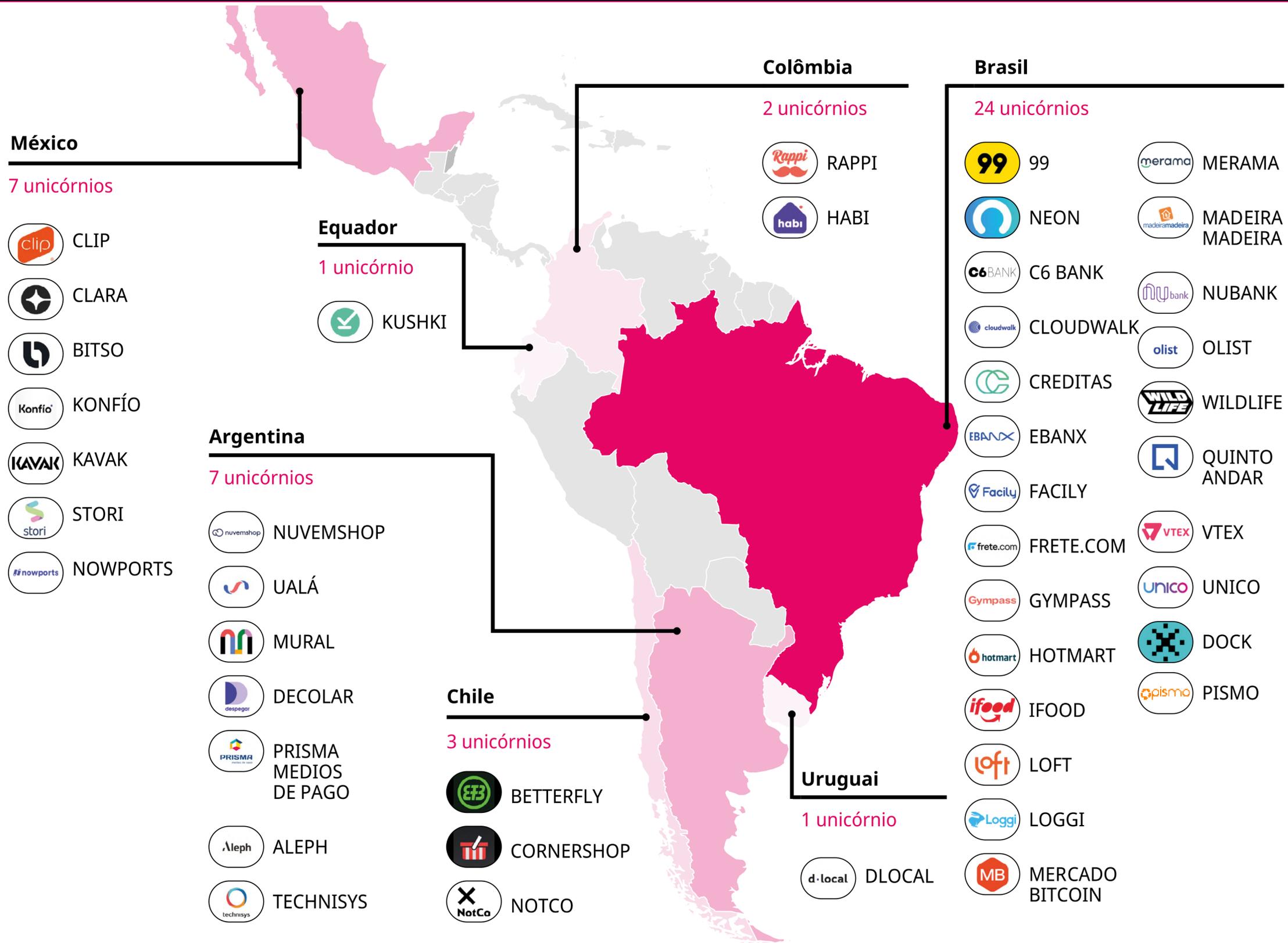
Unicórnios da América Latina

Uma análise sobre as startups que já alcançaram o status de **seres mitológicos** na região.

Os 45 unicórnios da América Latina

O Brasil, a maior economia da região, conta com 24 unicórnios, representando mais da metade de todas as startups que atingiram o status na região. Na sequência, temos Argentina e México, ambas com 7 companhias que já alcançaram o valuation de US\$ 1 bilhão enquanto possuíam o capital fechado.

Para ser considerada um unicórnio, é necessário que a companhia alcance uma avaliação de US\$ 1 bilhão de dólares antes de realizar um IPO. Startups que alcançam esse valor durante ou após o IPO não são consideradas unicórnios. Para determinar a qual país uma startup pertence, consideramos a origem do início das operações no país, independentemente de onde está localizada sua sede principal hoje ou de onde vieram os empreendedores. Por esse motivo, algumas startups que têm presença em diversos países não foram consideradas como pertencentes a países da América Latina.



Radarm de unicórnios

Cases apresentados no **Panorama Tech América Latina 2023**

EQUADOR

URUGUAI

CHILE

COLÔMBIA

ARGENTINA

MÉXICO

BRASIL

Kushki
266

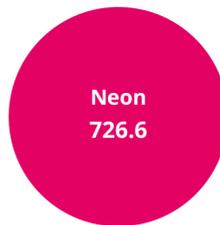
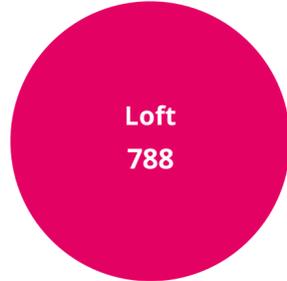
dLocal
357

NotCo
433

ETB
202.5

habi
321.1

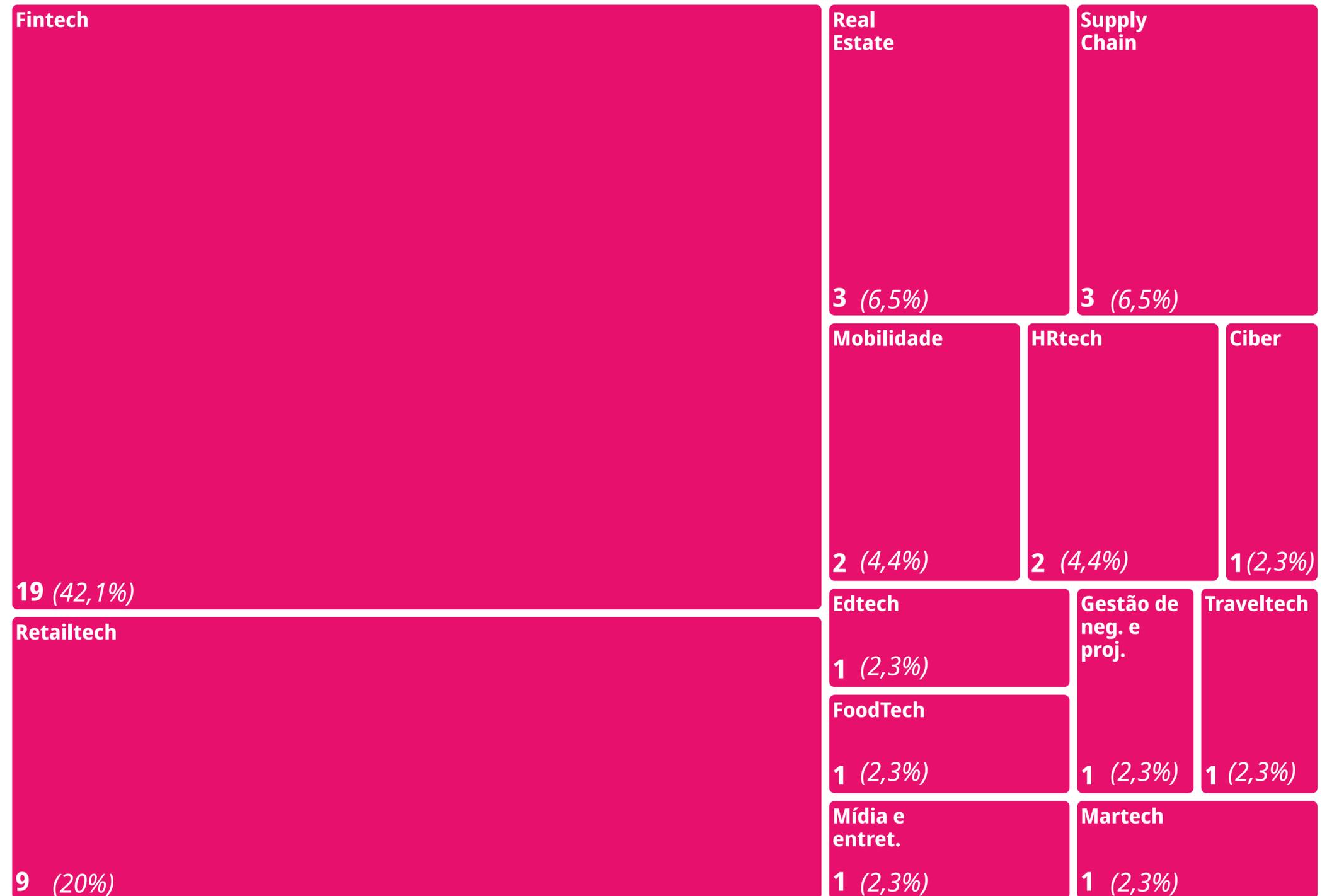
O tamanho dos círculos mostra o volume adquirido, em milhões de dólares, recebido pelas companhias em rodadas de captação.



Fintech e Retailtech são os setores com maior número de unicórnios na região.

No total, 19 dos unicórnios da região pertencem ao setor financeiro, representando mais de 40% do volume total. Essa quantidade pode ser explicada pela maturidade do setor, que concentra o maior número de startups e volume de investimento em geral. O setor de Retailtech é o segundo maior em quantidade de startups e de unicórnios. Em terceiro lugar, empatados com três unicórnios cada, estão os setores de Real Estate e Supply Chain.

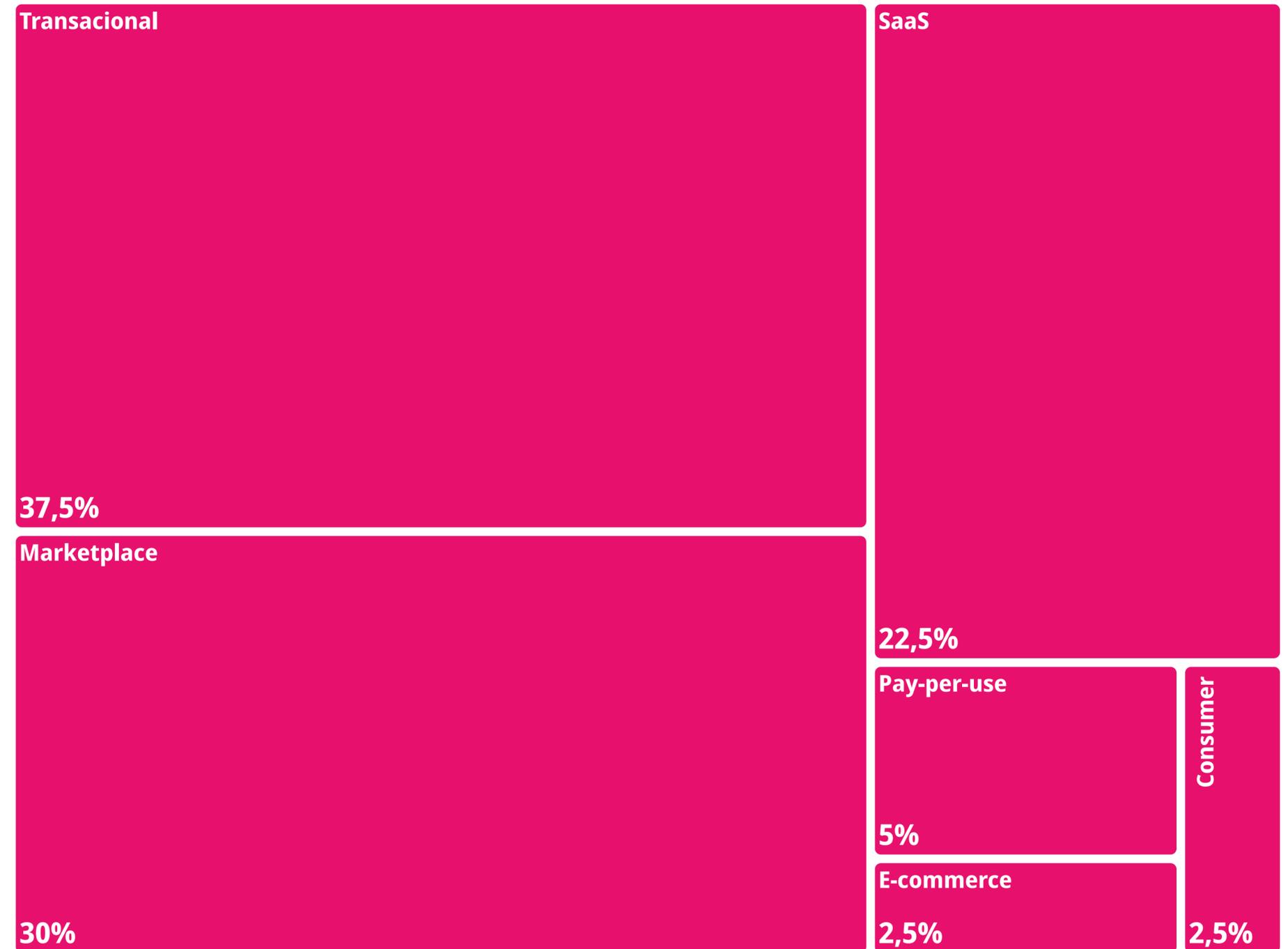
Número de startups unicórnios por setor na América Latina



Transacional é o modelo de negócios mais adotado pelos unicórnios da América Latina.

Como vimos no bloco anterior, a grande maioria das startups (41,5%) operam no modelo Software as a Service (SaaS). No entanto, ao olhar apenas as startups unicórnios da região, dois modelos de negócio superam o SaaS: Transacional e Marketplace. Grande parte dessas startups escolheram monetizar por meio de taxas cobradas em cada transação realizada dentro dos seus produtos. Isso se deve, em grande parte, ao fato de que muitas dessas startups são do setor de Fintech, como veremos na página a seguir. Um exemplo de startups que opera nesse modelo de negócio são os bancos digitais, que utilizam o que chamamos de “interchange” como fonte de receita, uma remuneração percentual por cada transação realizada pelos clientes usando o cartão.

Distribuição por modelo de negócio (em %)



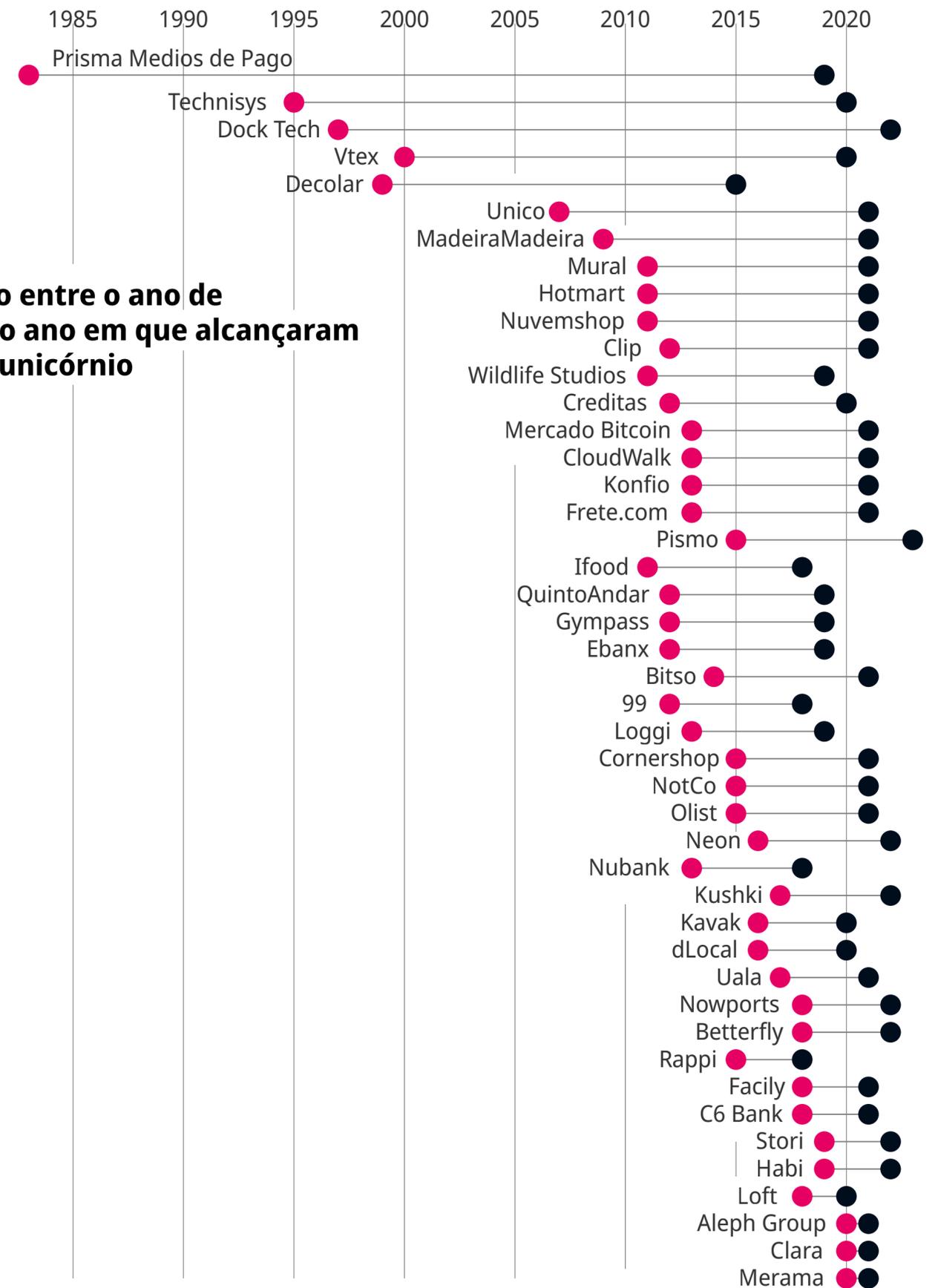
O amadurecimento do mercado de inovação da região tem acelerado o surgimento de unicórnios.

As 45 startups da América Latina que chegaram ao status de unicórnio levaram 8,5 anos em média para atingir esse marco. A startup que levou mais tempo para chegar nessa posição demorou 36 anos, enquanto a que precisou de menos tempo levou cerca de um ano para alcançar o valuation de US\$ 1 bilhão.

A grande maioria dessas empresas foi fundada a partir de 2011. Analisando apenas a média dessas empresas, elas atingiram o status em aproximadamente 5,8 anos. Ao considerar apenas as startups fundadas a partir de 2015, a média cai para exatos quatro anos. Isso evidencia que as startups têm levado cada vez menos tempo para chegar ao status de unicórnio, graças ao aprendizado com casos de sucesso anteriores, maior volume de investimento disponível para esse tipo de empresa e crescimento em geral do mercado de tecnologia na região.

Comparação entre o ano de fundação e o ano em que alcançaram o status de unicórnio

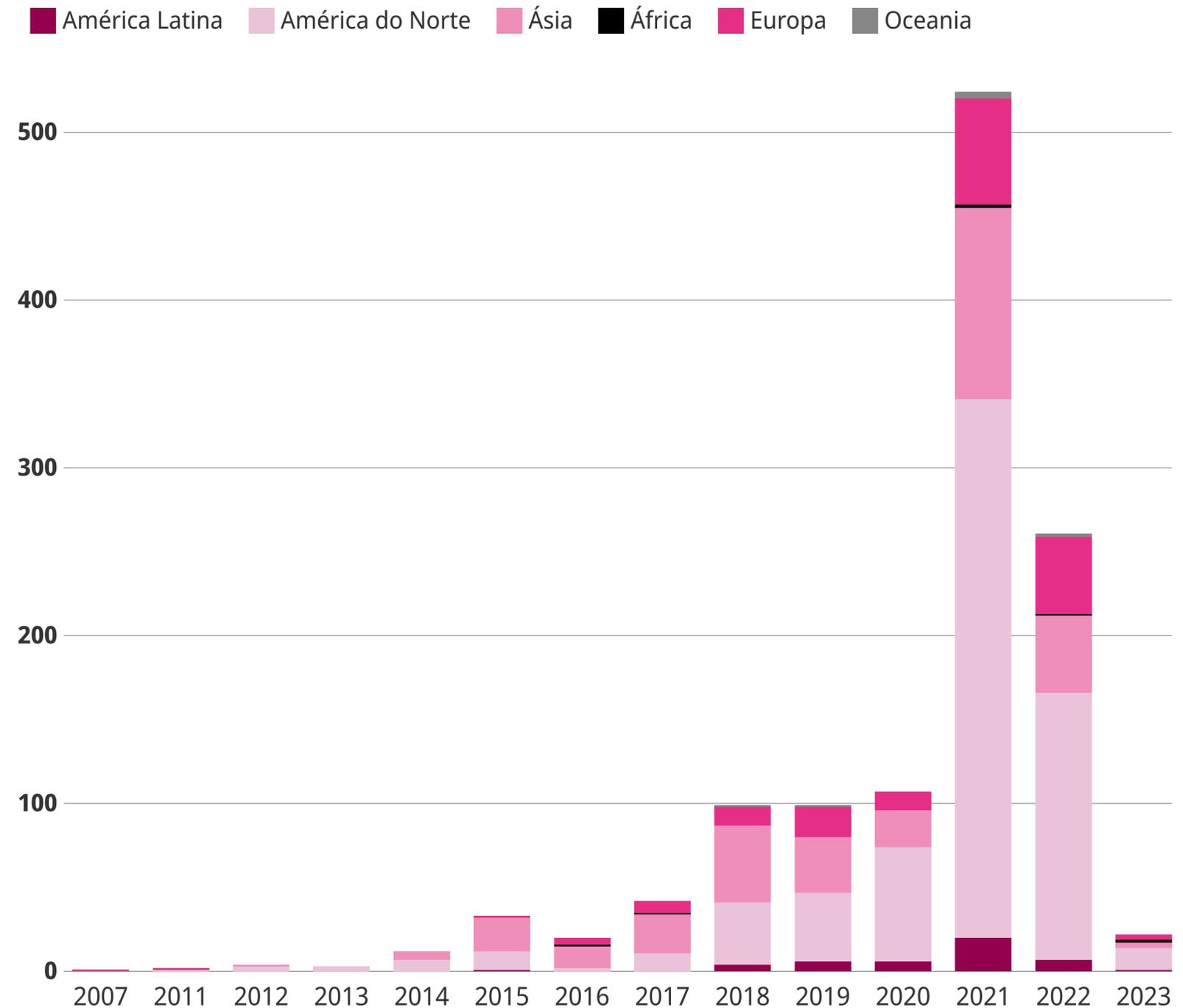
- Fundação
- Unicórnio



América Latina representa menos de 4% dos unicórnios existentes no mundo.

Apesar de ser uma das maiores regiões do mundo em extensão territorial, abrigar 8,5% da população global e representar 6,64% do PIB mundial, os países latino-americanos possuem menos de 4% dos unicórnios existentes globalmente. A região só começou a acelerar no número de startups atingindo esse patamar a partir de 2018, sendo um mercado mais incipiente em comparação com a América do Norte, Ásia e Europa, que já apresentavam um maior volume de startups nessa posição desde meados de 2015.

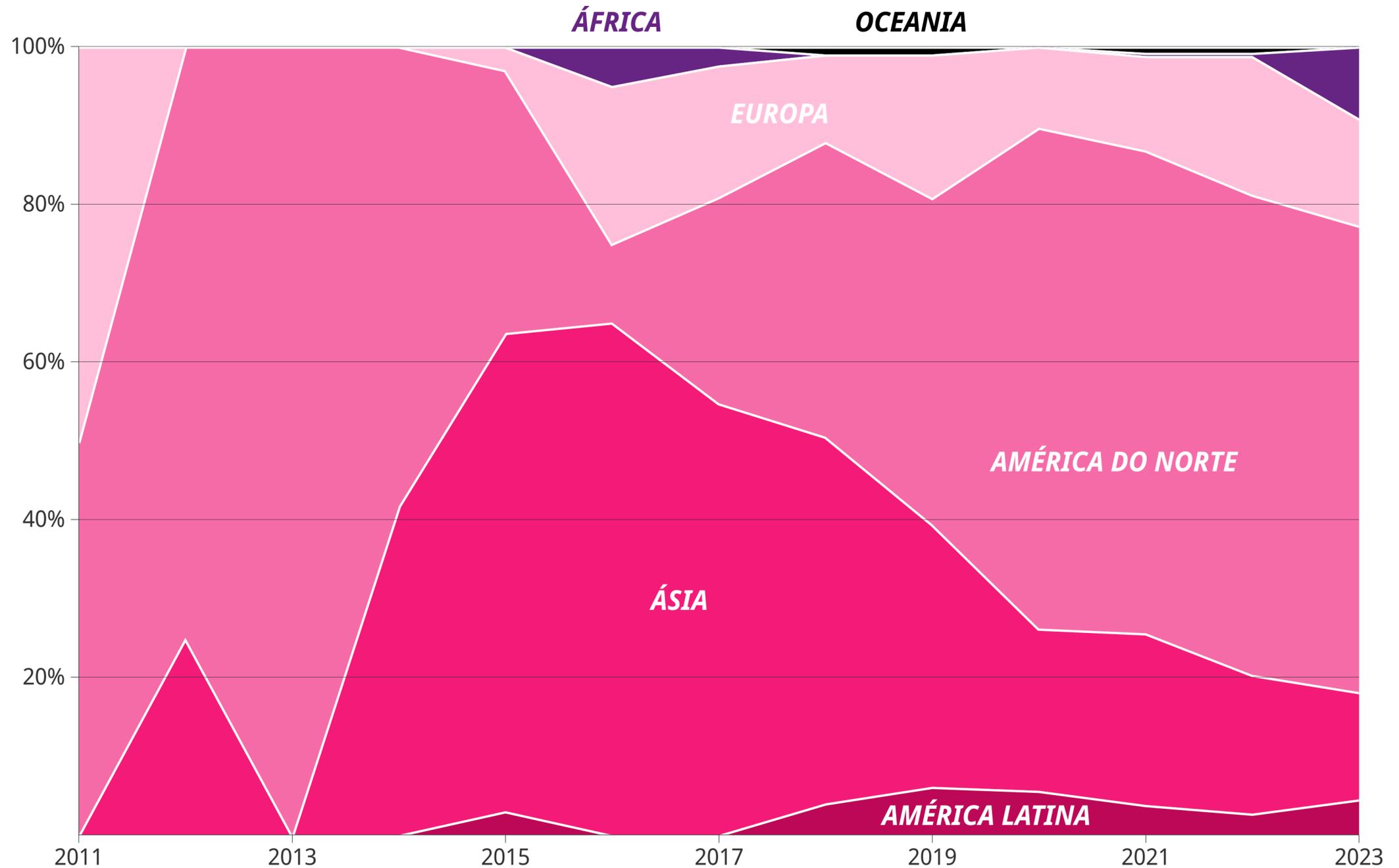
Ano em que startups se tornaram unicórnios



Ásia perde participação no total de novos unicórnios ano a ano.

A América do Norte e a Ásia são extremamente representativas no número de startups que alcançam o patamar de unicórnio, mas a Ásia tem perdido representatividade em relação ao resto do mundo nos últimos anos. Em parte, isso pode ser explicado pelo grande aumento da participação das demais regiões no montante total de startups. A América do Norte, com os Estados Unidos, aumentou ainda mais sua participação ao longo dos anos, concentrando cada vez mais unicórnios do mundo. Além disso, o surgimento das companhias bilionárias em mais países ao redor do mundo, como países africanos, latinos e a na Austrália, contribuiu para a perda da participação da Ásia. Essas regiões mostraram seus primeiros cases basicamente nos últimos 5 anos.

Participação dos unicórnios do mundo por região



Venture Capital e M&As

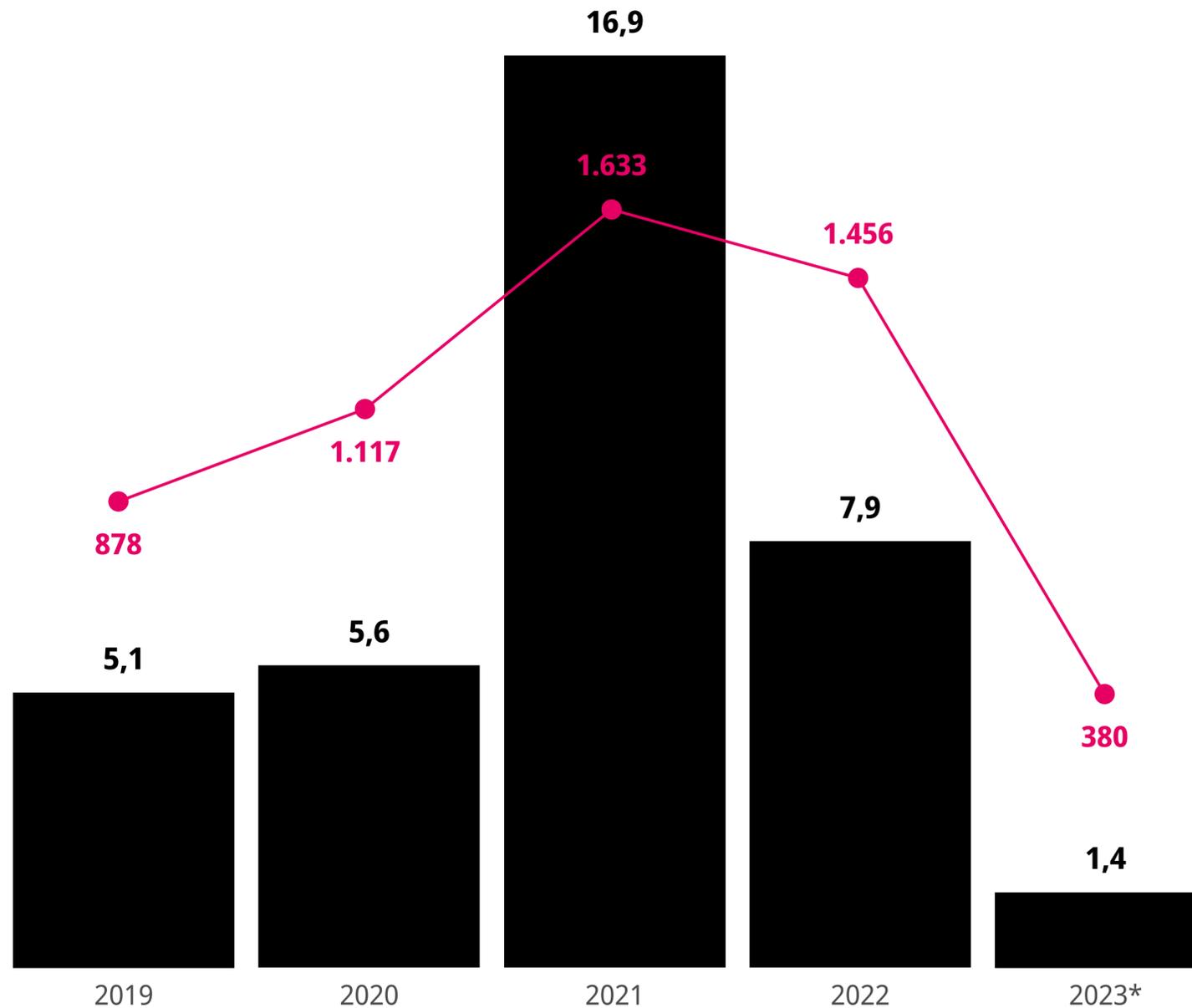
O cenário de **investimentos e fusões e aquisições** em empresas de tecnologia na América Latina.

Startups da América Latina receberam mais de US\$ 36 bilhões desde 2019.

O montante foi investido por meio de 5.464 rodadas. O ano de maior movimentação foi 2021, quando mais de US\$ 16 bilhões foram investidos em 1.633 rodadas de financiamento

Evolução no número de rodadas e volume de investimento por ano

- Volume de investimento (em milhões US\$)
- Número de rodadas

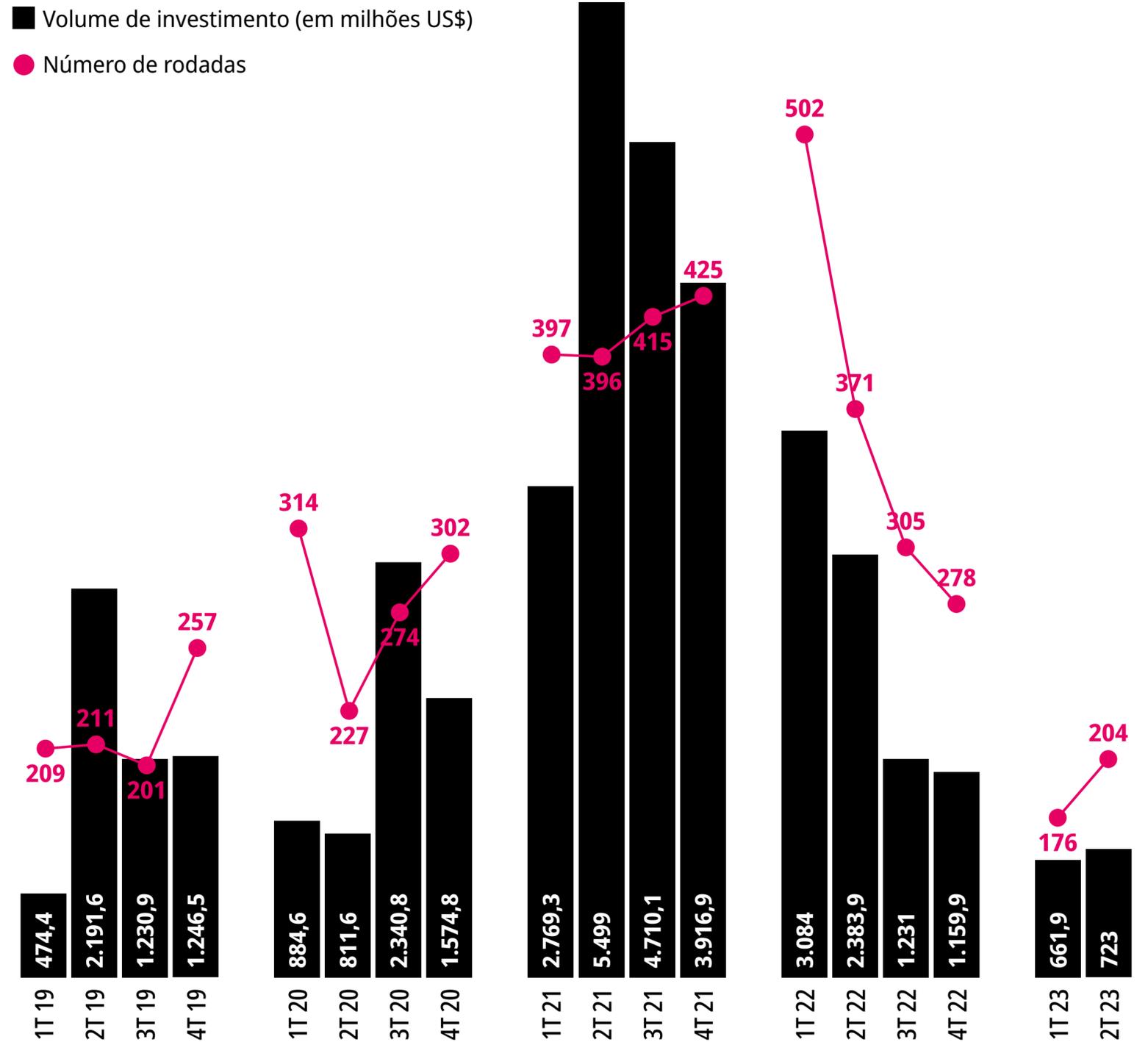


Não foram consideradas nesta análise rodadas de Venture Debt e IPO.

Tal qual o restante dos mercados globais, desde o 2T'21 o número de deals e o volume de investimento têm decrescido.

O mercado de tecnologia passou por um período de grande ascensão entre 2019 e 2021, impulsionado pela demanda pela digitalização durante a pandemia. Recentemente, com o aumento da taxa de juros e inflação em diversos países, além do colapso repentino do Silicon Valley Bank, houve uma desaceleração do mercado de Venture Capital na região. Comparando o segundo trimestre de 2021 com o segundo trimestre de 2023, houve uma queda de 84,7% no volume de investimentos e 50,8% no número de rodadas.

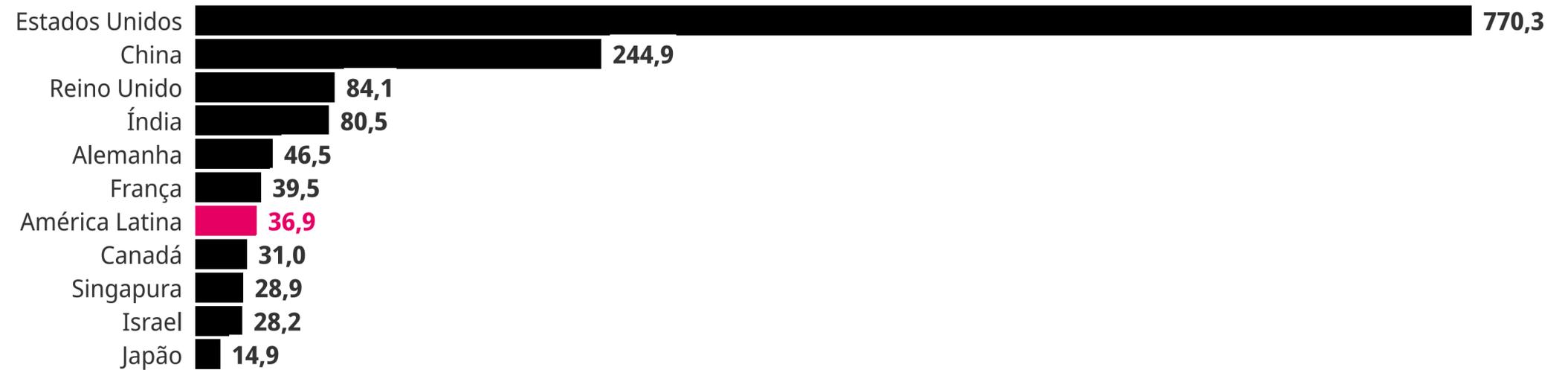
Evolução no número de rodadas e volume de investimento por trimestre



Nos últimos 5 anos a América Latina foi o sétimo maior mercado em volume de investimentos.

Número de rodadas e volume de investimento (2019 a 2023)

Volume de investimento (em US\$ bilhões)



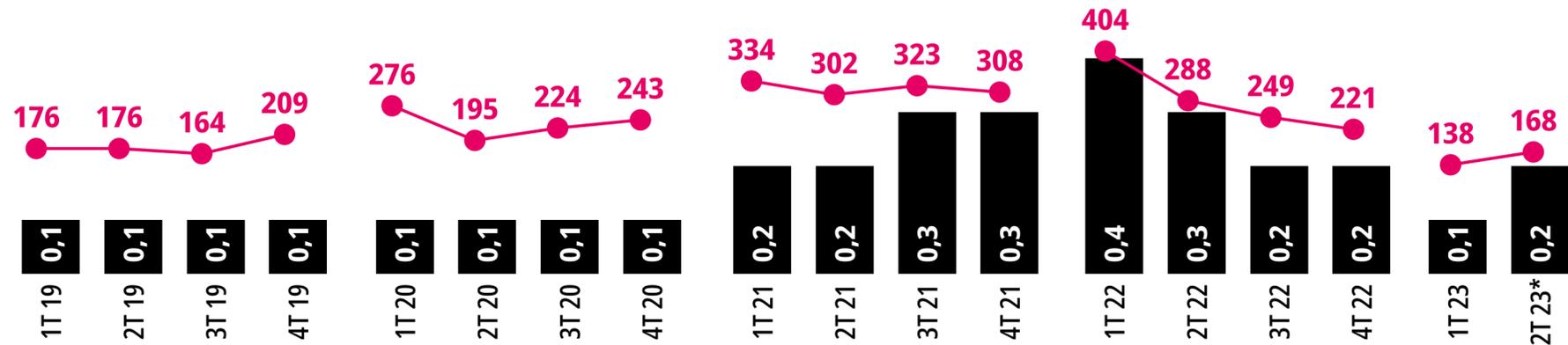
Número de rodadas



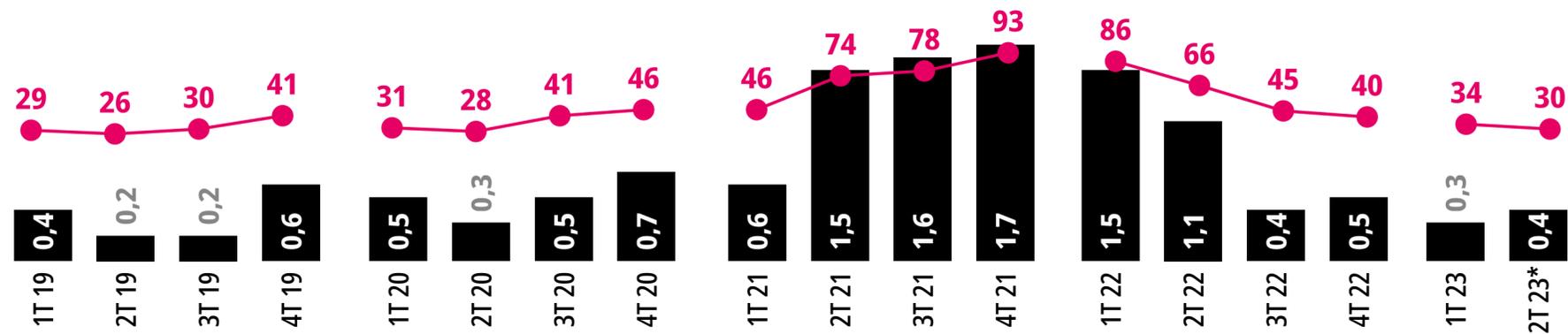
A desaceleração afetou todos os estágios, mas o mercado de late-stage foi o mais impactado.

Evolução no número de rodadas e volume de investimento por estágio e trimestre

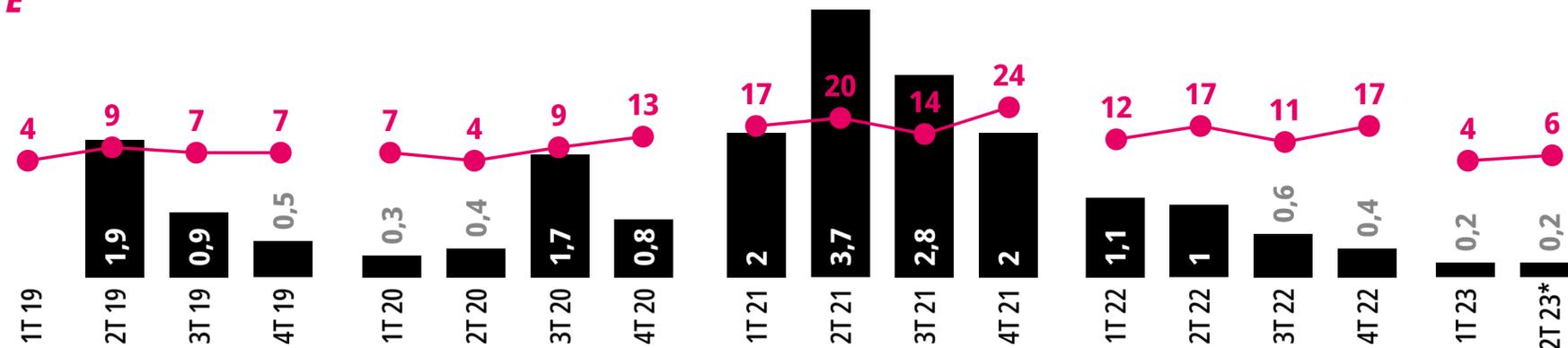
SEED



EARLY



LATE



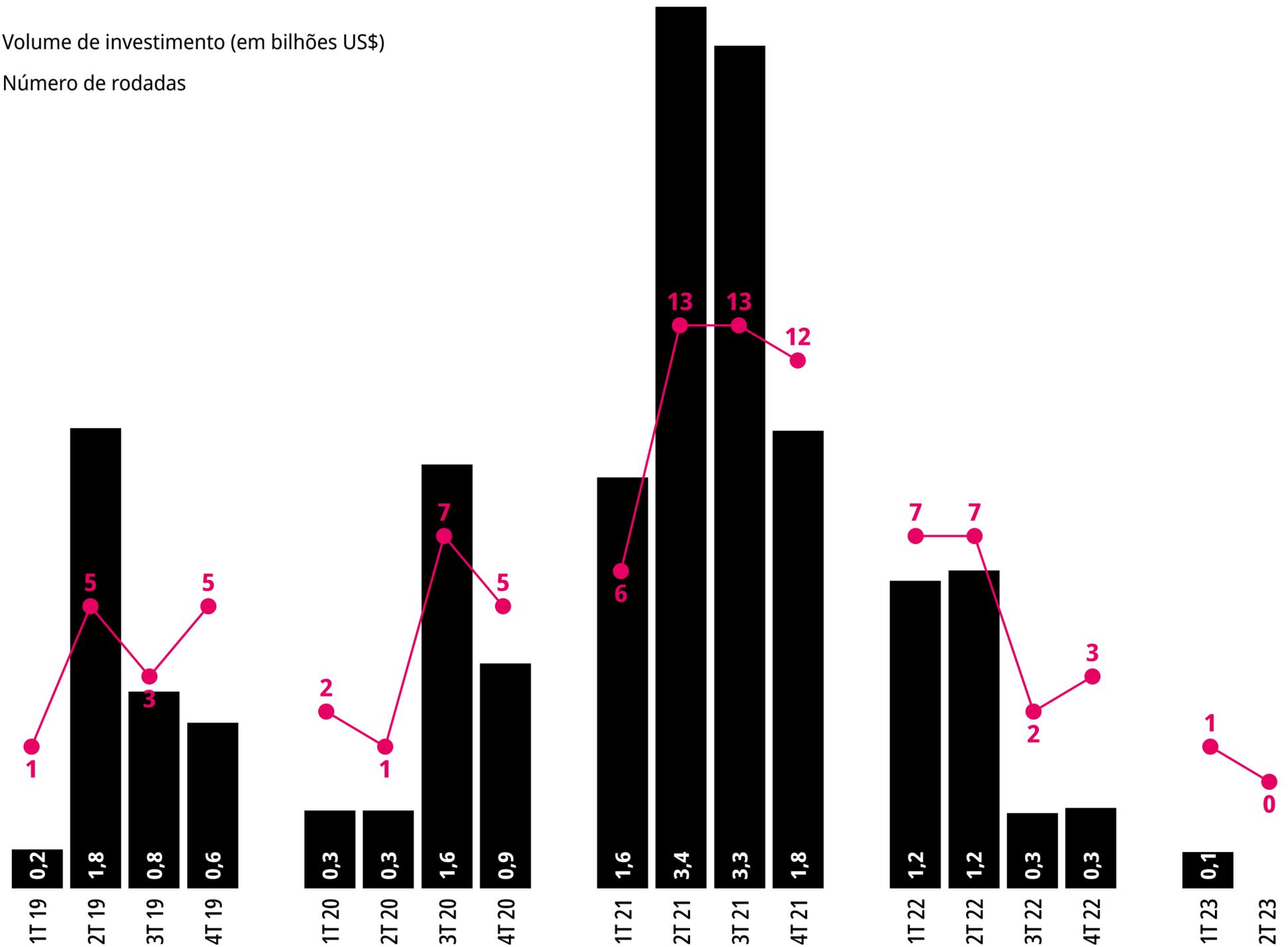
■ Volume de investimento (em bilhões US\$)
● Número de rodadas

SEED: ANJO, PRÉ-SEED E SEED
EARLY: SERIES A E SERIES B
LATE: SERIES C, SERIES D +

Com a diminuição da atividade no Late Stage, houve também uma queda no número de mega rodadas de investimentos.

Evolução no número de mega rodadas (acima de US\$ 100 milhões) de investimento

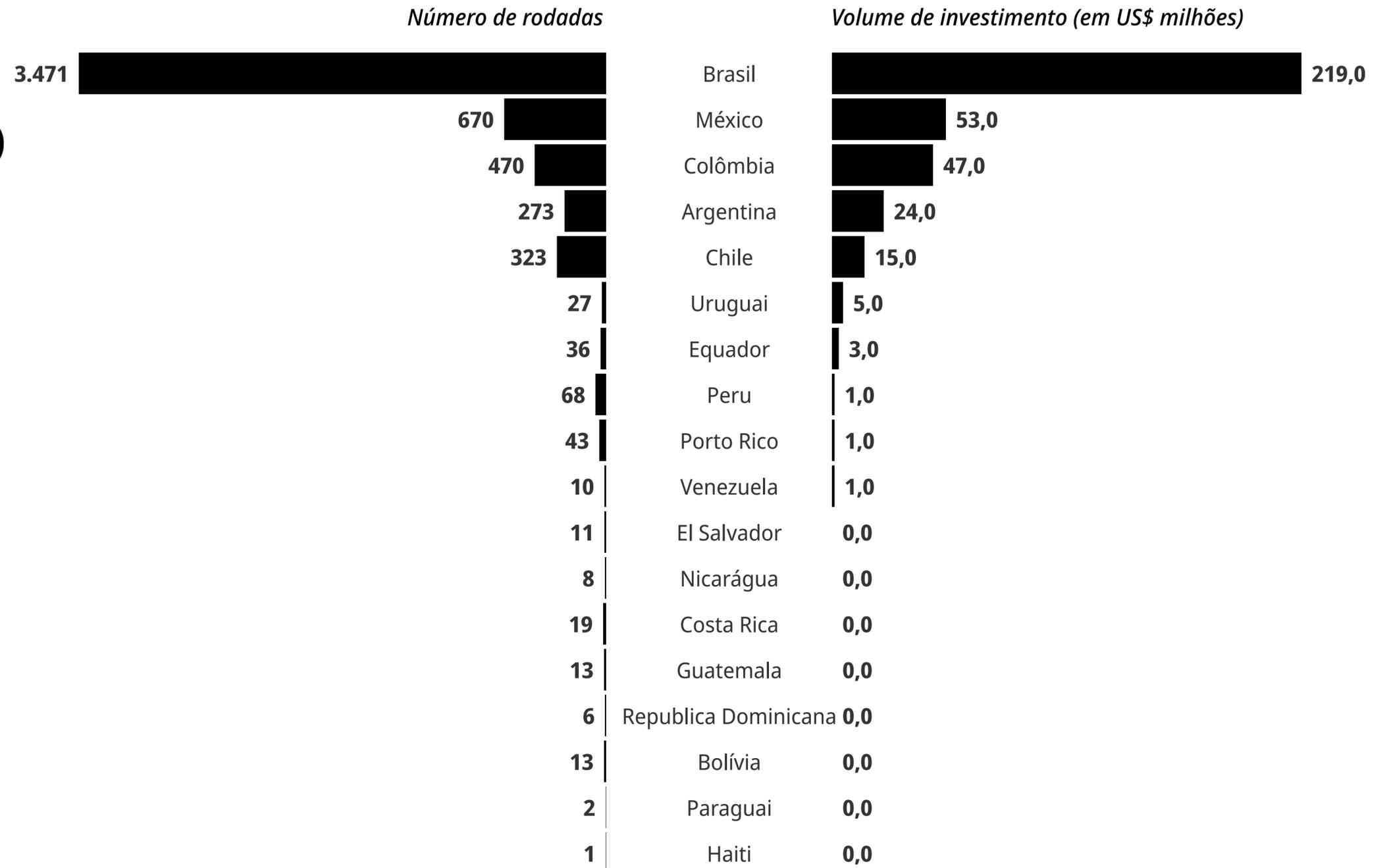
- Volume de investimento (em bilhões US\$)
- Número de rodadas



Brasil lidera a região em volume e número de aportes.

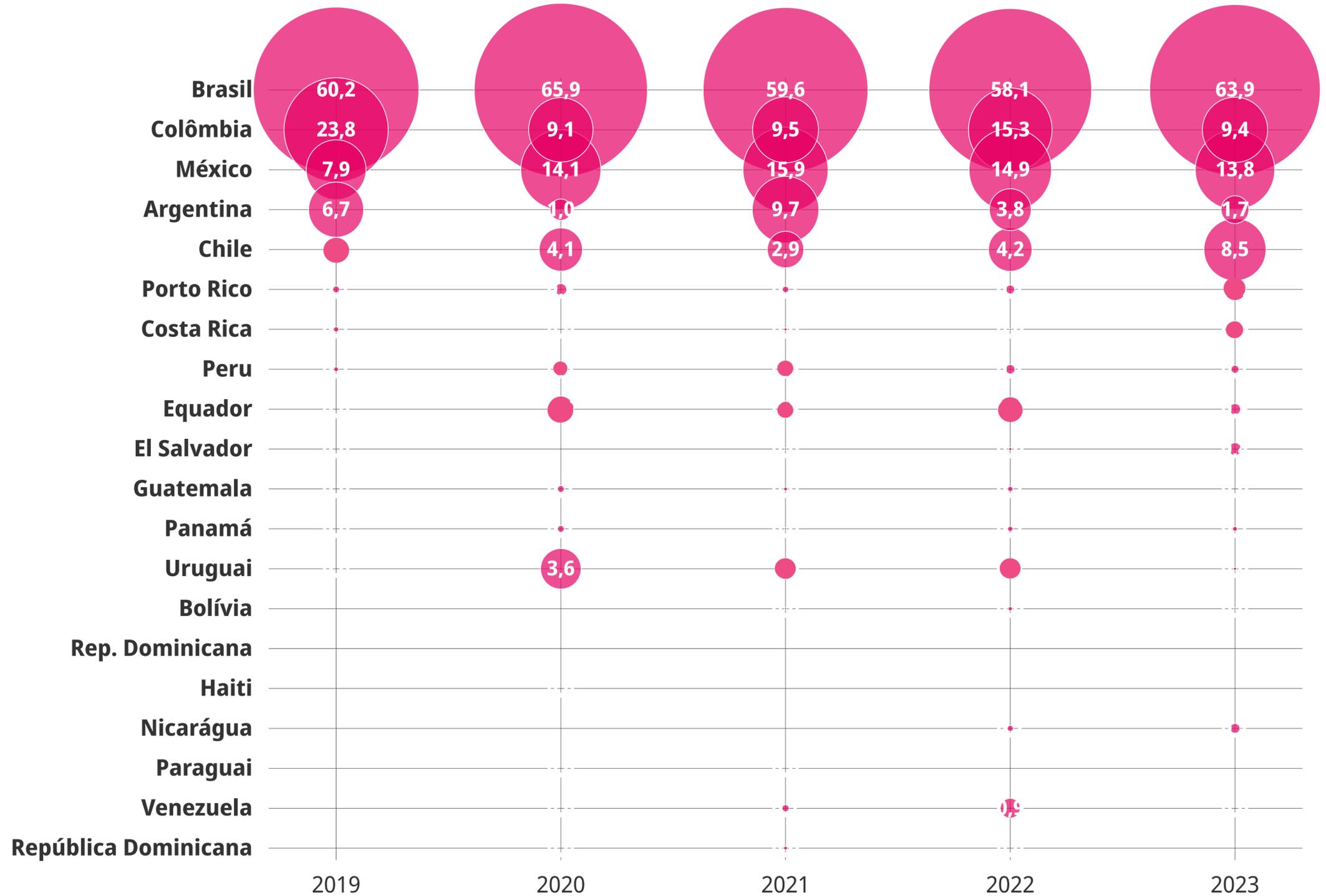
Desde 2019, as startups brasileiras receberam US\$ 21,9 bilhões por meio de 3471 rodadas de financiamento, ficando em primeiro lugar. O México ocupa o segundo lugar, com US\$ 5,3 bilhões em 670 rodadas, seguido pela Colômbia, em terceiro lugar, com US\$ 4,7 bilhões e 470 rodadas.

Número de rodadas e volume de investimento por país (2019 a 2023)



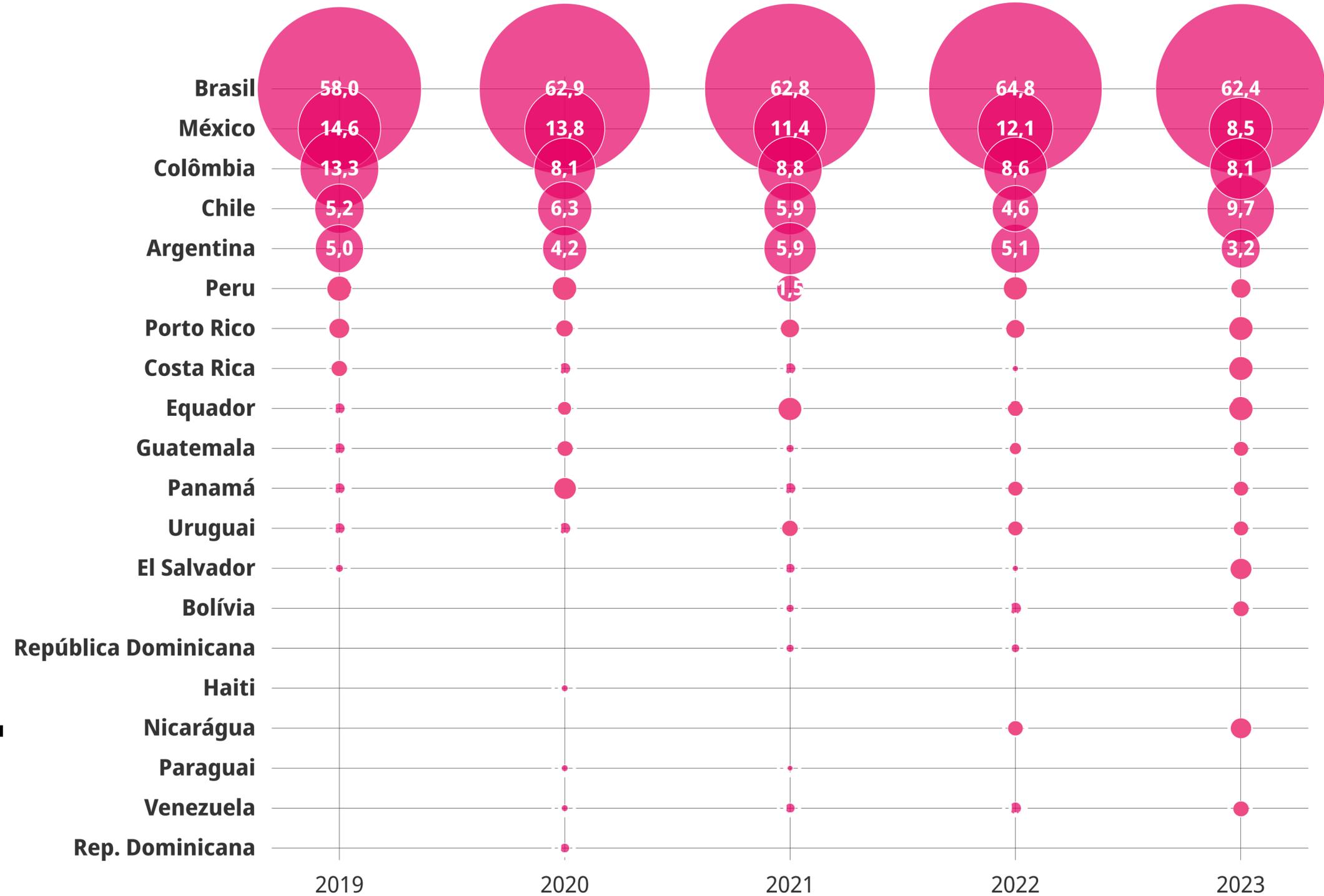
A concentração de capital investido tem aumentado no Brasil.

Concentração dos investimentos por país (em %)



Da mesma forma, a concentração de rodadas em startups brasileiras também tem sido maior.

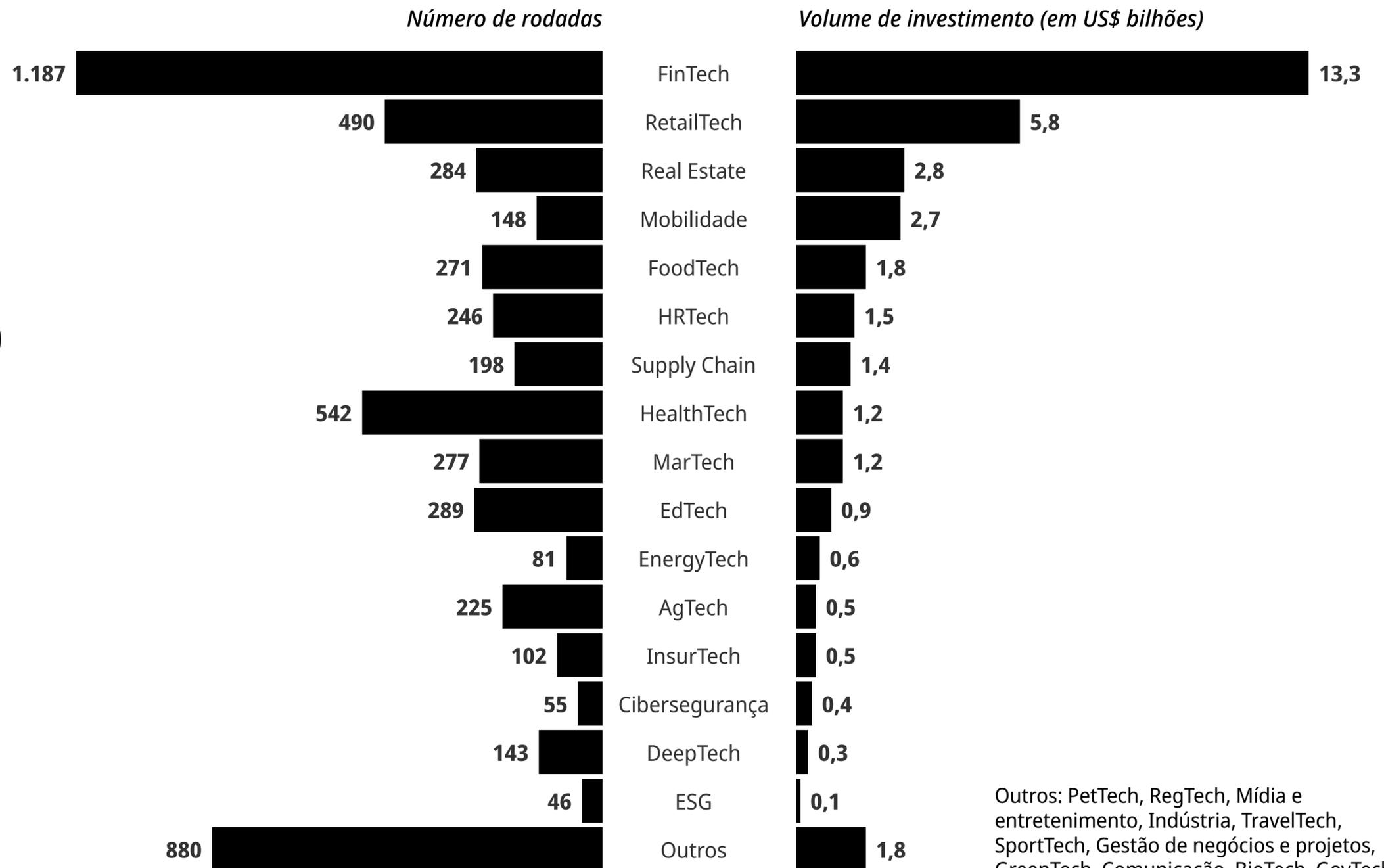
Concentração do número de rodadas por país (em %)



FinTech lidera como o setor mais representativo, tanto em número de rodadas como em volume de investimento.

Desde 2019, as fintechs receberam US\$ 13,3 bilhões em 1187 rodadas. Esse volume de investimento é 127% superior ao recebido pelo setor de RetailTech, segundo na classificação, que recebeu US\$ 5,8 bilhões ao longo de 490 rodadas.

Número de rodadas e volume de investimento por setor (2019 a 2023)



Outros: PetTech, RegTech, Mídia e entretenimento, Indústria, TravelTech, SportTech, Gestão de negócios e projetos, GreenTech, Comunicação, BioTech, GovTech

Apesar da concentração no setor financeiro, gradualmente, outros setores têm ganhado espaço.

Concentração do número de rodadas de investimento por setor (em %)

	2019	2020	2021	2022	2023*
FinTech	23,7	22,5	23,7	22,2	22,3
HealthTech	9,8	10,8	9,8	11,9	6,6
RetailTech	8,7	9,4	9,7	8,5	10,8
EdTech	6,0	4,9	6,5	4,6	4,6
Real Estate	4,5	6,7	4,6	5,8	5,6
MarTech	6,5	5,7	5,4	4,6	3,9
FoodTech	4,8	5,5	5,0	5,7	4,9
HRTech	6,0	4,1	4,4	4,3	5,2
AgTech	4,2	3,9	4,0	5,0	4,6
Supply Chain	3,4	4,2	4,3	3,0	3,3
Mobilidade	4,3	2,6	3,2	2,2	1,6
DeepTech	2,9	3,1	2,6	2,6	3,9
RegTech	2,5	2,5	2,0	2,2	0,7
InsurTech	2,0	1,7	2,6	1,5	3,3
Outros*	10,7	12,4	11,9	15,9	18,7

Concentração do volume de investimento por setor (em %)

	2019	2020	2021	2022	2023*
FinTech	32,6	45,2	35,3	33,1	27,0
RetailTech	27,0	13,5	16,6	10,8	7,3
HRTech	7,9	1,0	2,8	6,7	1,9
Real Estate	7,4	4,5	7,9	9,3	6,6
Mobilidade	5,0	8,3	10,4	3,2	1,3
Supply Chain	3,8	3,8	4,5	2,2	5,0
MarTech	3,4	3,0	3,9	3,0	0,8
FoodTech	2,2	5,3	4,4	7,9	1,4
HealthTech	1,9	2,9	3,4	3,8	5,9
InsurTech	1,8	2,0	1,3	0,4	5,2
Mídia e entret.	1,7	2,2	0,1	0,5	1,1
EdTech	1,3	1,1	3,8	1,5	1,0
TravelTech	1,0	0,2	0,1	0,2	2,1
AgTech	1,0	1,5	0,7	2,8	4,6
Outros**	2,0	5,4	4,7	14,5	28,8

A evolução pode ser explicada principalmente por dois setores: EnergyTech e DeepTech, que representaram 13,9% e 6,6% respectivamente.

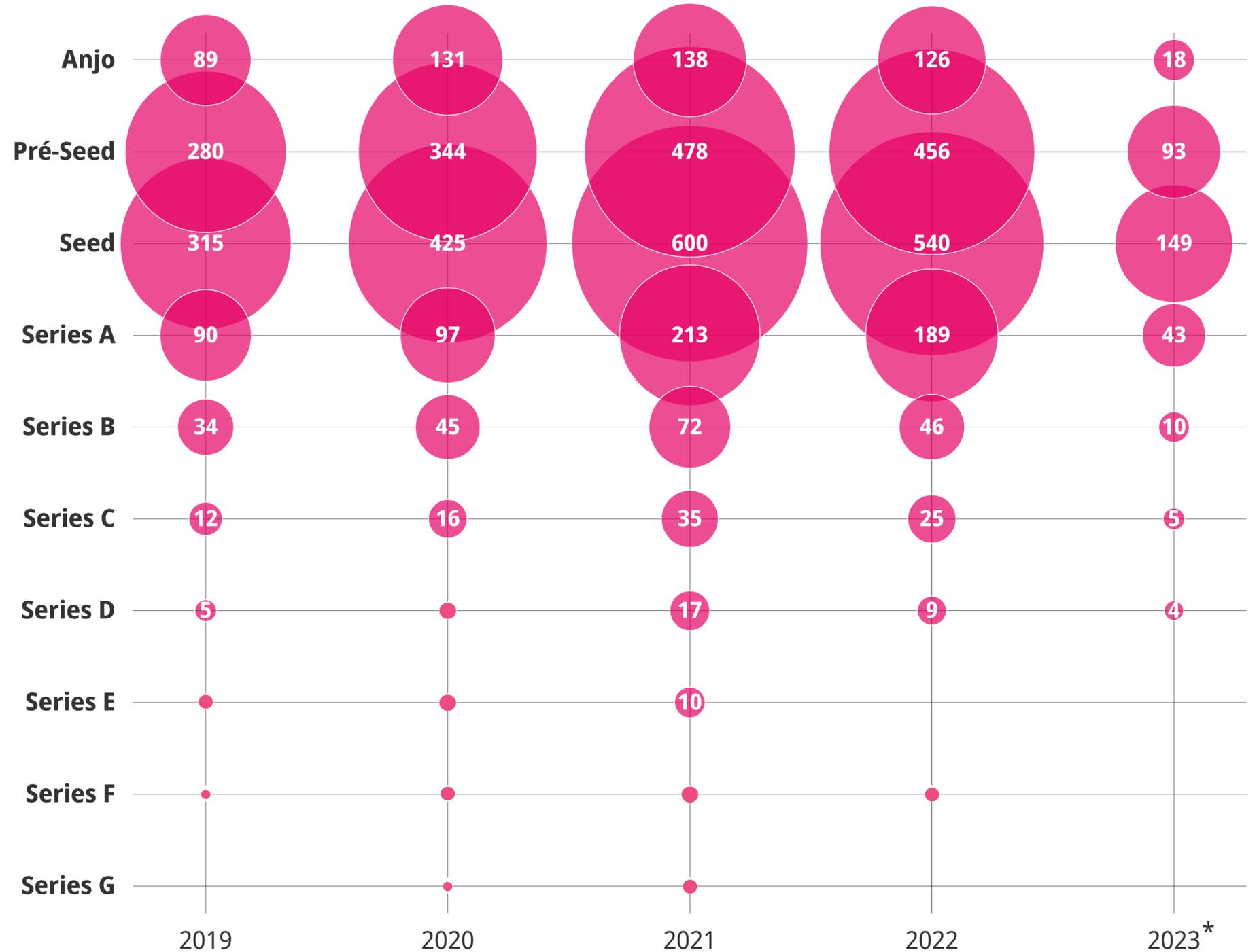
* Gestão de negócios e projetos, Indústria, EnergyTech, Mídia e entretenimento, TravelTech, SportTech, Cibersegurança, GreenTech, ESG, BioTech, PetTech, Comunicação, GovTech

** RegTech, Cibersegurança, Gestão de negócios e projetos, DeepTech, Indústria, PetTech, EnergyTech, ESG, BioTech, GreenTech, SportTech, Comunicação, GovTech

Com o passar do tempo, o ecossistema da região amadureceu, e startups têm alcançado maiores patamares.

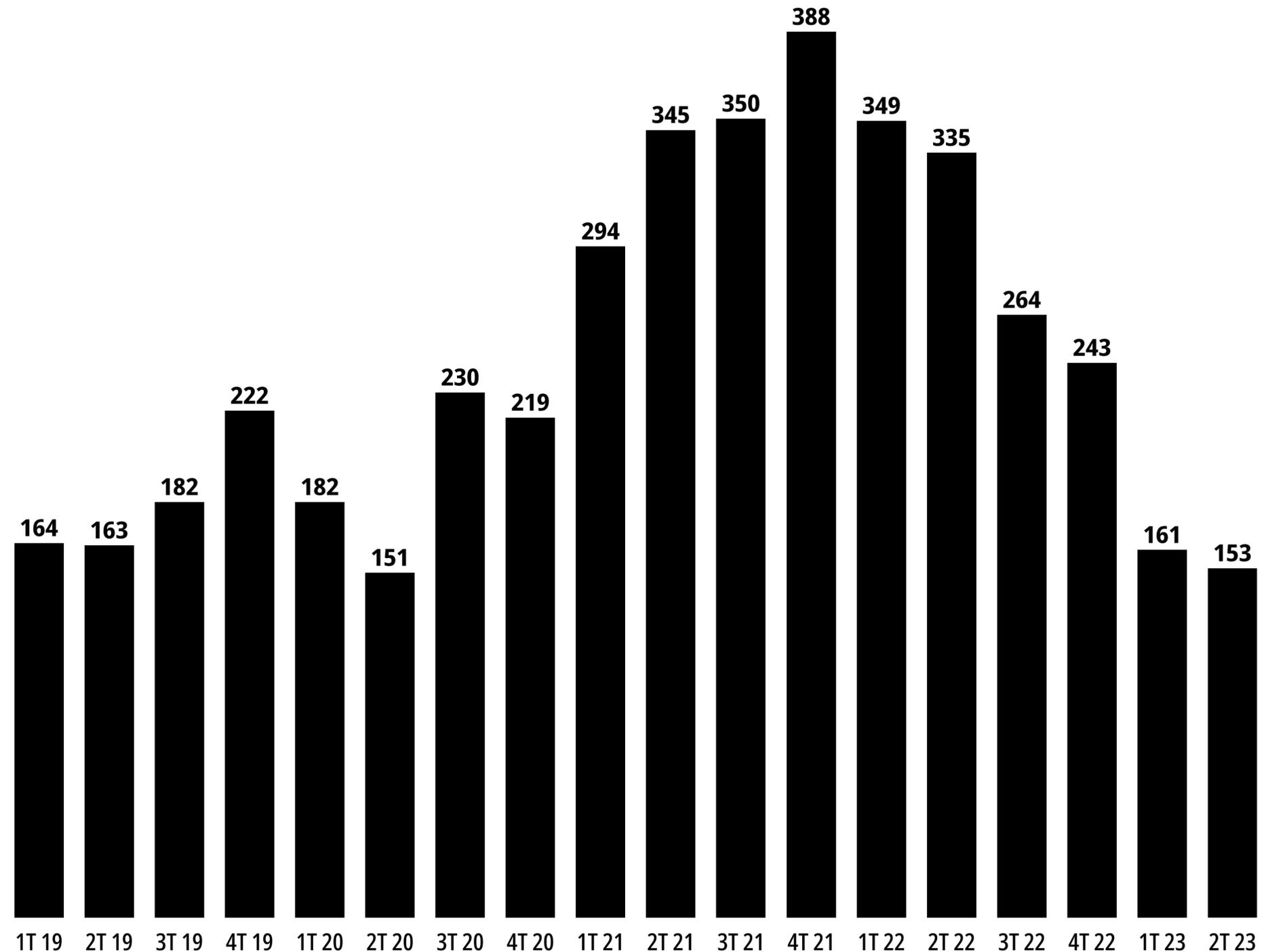
É possível notar desde 2019 um amadurecimento do mercado, à medida que as startups que captam rodadas passam por estágios. Esse movimento que ocorre em safras é esperado, e faz com que cada vez mais empresas alcancem status mais avançados e patamares de unicórnio.

Evolução no número de rodadas e volume de investimento por ano



Dentre as razões que explicam o crescimento do mercado, está o maior número de investidores que se interessa pela região.

Número de investidores distintos por trimestre

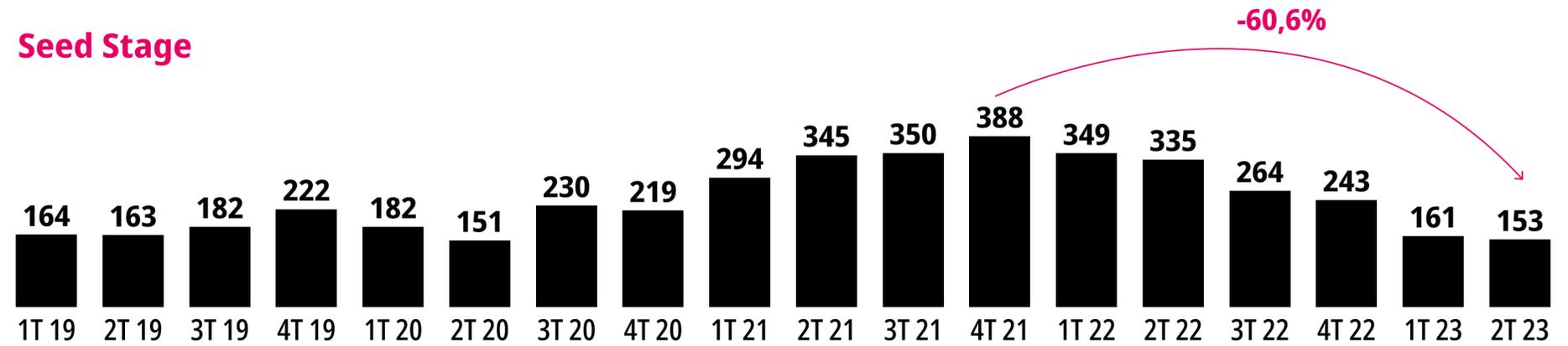


Do primeiro trimestre de 2019, quando 164 investidores distintos realizaram algum tipo de aporte, até o quarto trimestre de 2021, quando o maior número de investidores diferentes aportaram na região, tivemos um avanço de 136%. Desde então, com o aumento da taxa de juros, o apetite por investimentos de risco tem diminuído, refletindo em uma menor quantidade de investidores neste mercado.

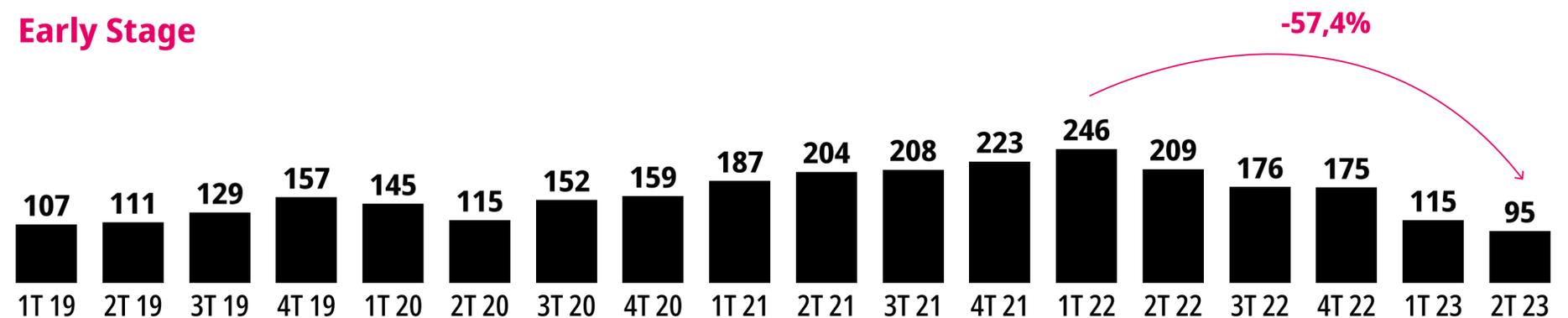
O número de investidores em late stage caiu proporcionalmente muito mais do que no seed e early stage.

Número de investidores com pelo menos um investimento por semestre

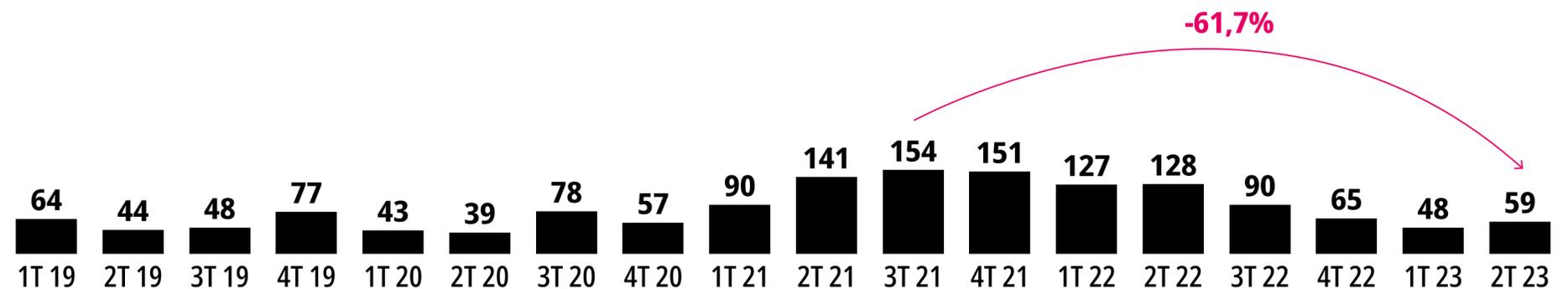
Seed Stage



Early Stage



Late Stage



SEED: ANJO, PRÉ-SEED E SEED
EARLY: SERIES A E SERIES B
LATE: SERIES C, SERIES D +

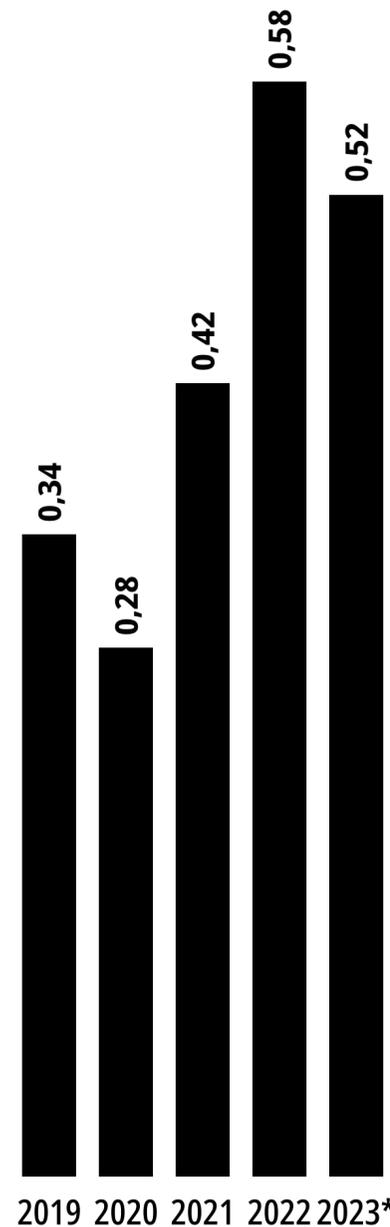
Em relação ao ticket médio, o impacto do novo cenário é mais sentido nos estágios mais avançados.

Apesar de o ticket médio nos estágios Pré-Seed e Seed ter sido pouco afetado, inclusive com um aumento no valor em Seed, os estágios Series A e Series B foram bastante impactados. Com o novo momento do mercado em 2022 e 2023, os estágios Series A e Series B sofreram uma maior queda, com os investimentos médios diminuindo em 68,5% e 64,5%, respectivamente.

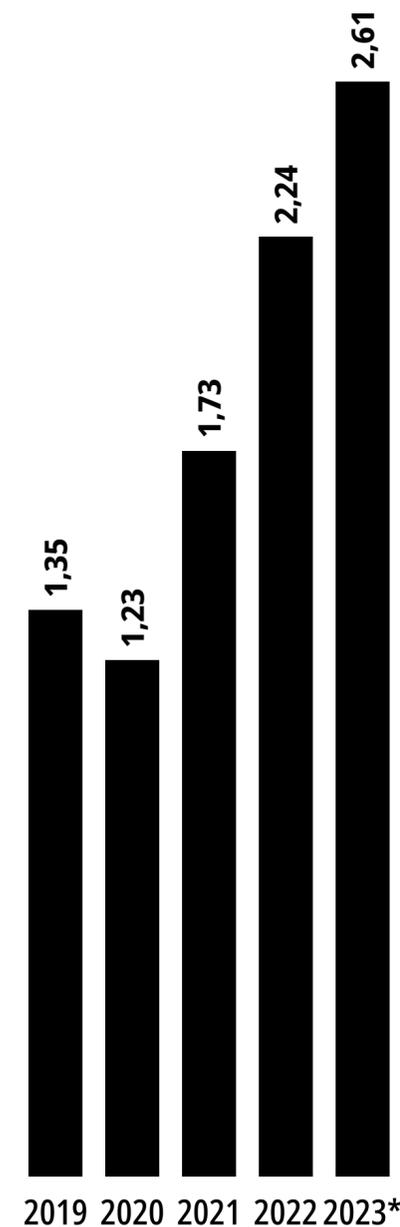
Investimento médio recebido por empresa
(em US\$ milhões)

OS GRÁFICOS ESTÃO EM ESCALAS DIFERENTES PARA FACILITAR A LEITURA DO MOVIMENTO

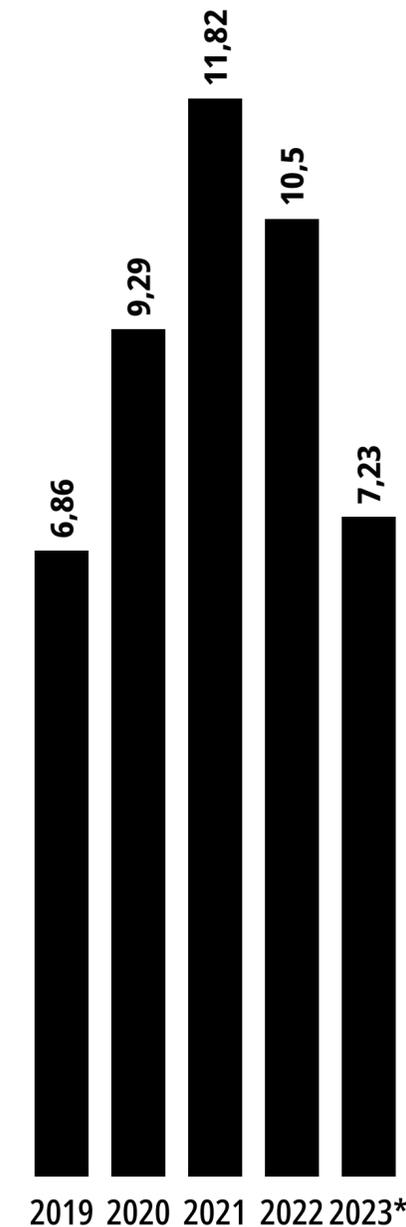
PRÉ-SEED



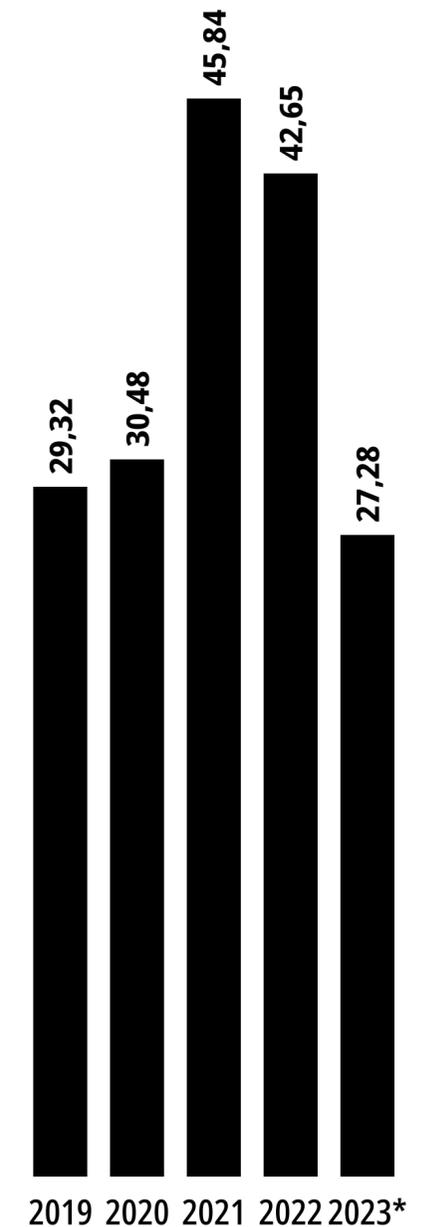
SEED



SERIES A



SERIES B



A representatividade do mercado de Venture Capital no PIB dos ecossistemas latinos vem aumentando.

Desde 2019, é possível notar um avanço na representatividade nos principais polos de inovação da América Latina - Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México, sendo o Brasil e a Colômbia os maiores destaques. Quando comparamos com outros grandes ecossistemas, como Estados Unidos, China, Alemanha, notamos que ainda existe um grande espaço para o mercado de Venture Capital aumentar sua participação nas economias locais.

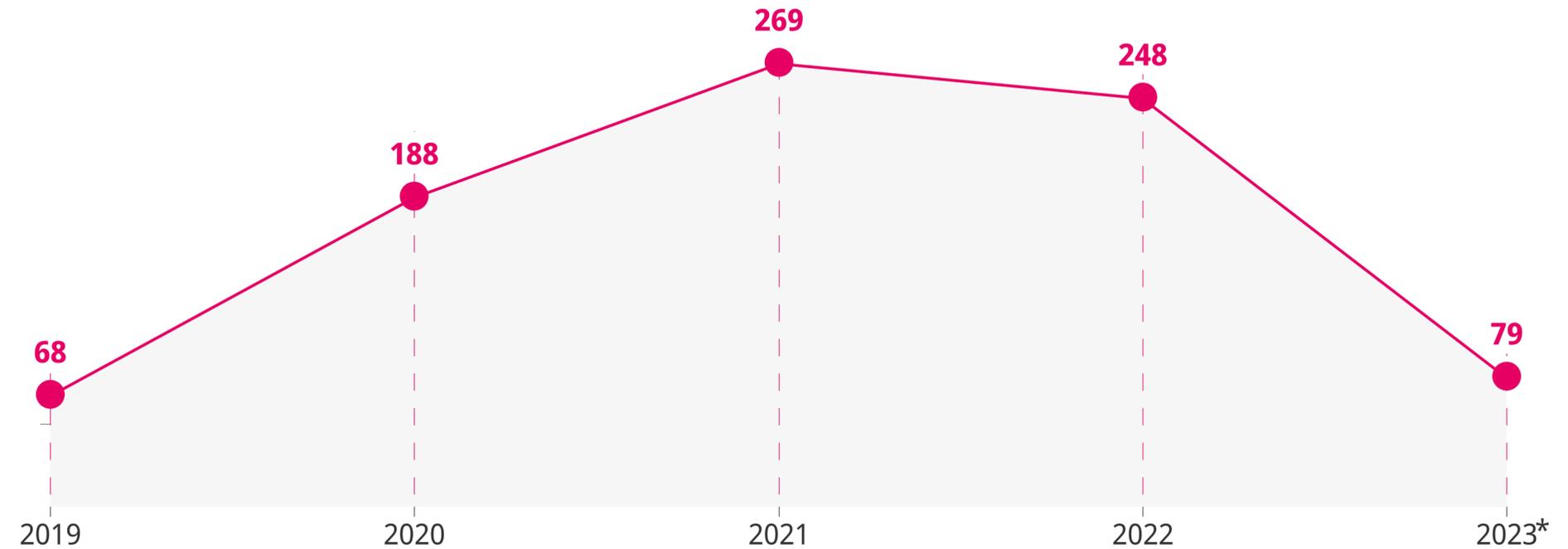
Representatividade do Venture Capital no Produto Interno Bruto (PIB)
(em %)

	2019	2020	2021	2022
Argentina	0,1	0,0	0,4	0,1
Brasil	0,1	0,3	0,6	0,2
Chile	0,0	0,1	0,2	0,1
Colômbia	0,4	0,2	0,5	0,4
México	0,0	0,1	0,2	0,1
Estados Unidos	0,5	0,6	1,2	0,7
Israel	1,0	1,1	2,0	1,6
Índia	0,5	0,4	0,9	0,6
Reino Unido	0,4	0,5	0,9	0,8
China	0,4	0,3	0,5	0,3
Japão	0,1	0,1	0,1	0,0
Alemanha	0,2	0,1	0,5	0,3
França	0,2	0,2	0,4	0,5
Singapura	1,6	1,1	2,3	1,6

Número de fusões e aquisições de empresas tecnologia na região também aumentou.

Acompanhando o aumento do volume de investimento e do número de deals, houve também um crescimento significativo na atividade de fusões e aquisições na região. Com a migração para o digital, em grande parte impulsionada pela pandemia, grandes empresas passaram a adquirir empresas de tecnologia para auxiliar nesse processo.

Número de fusões e aquisições por ano

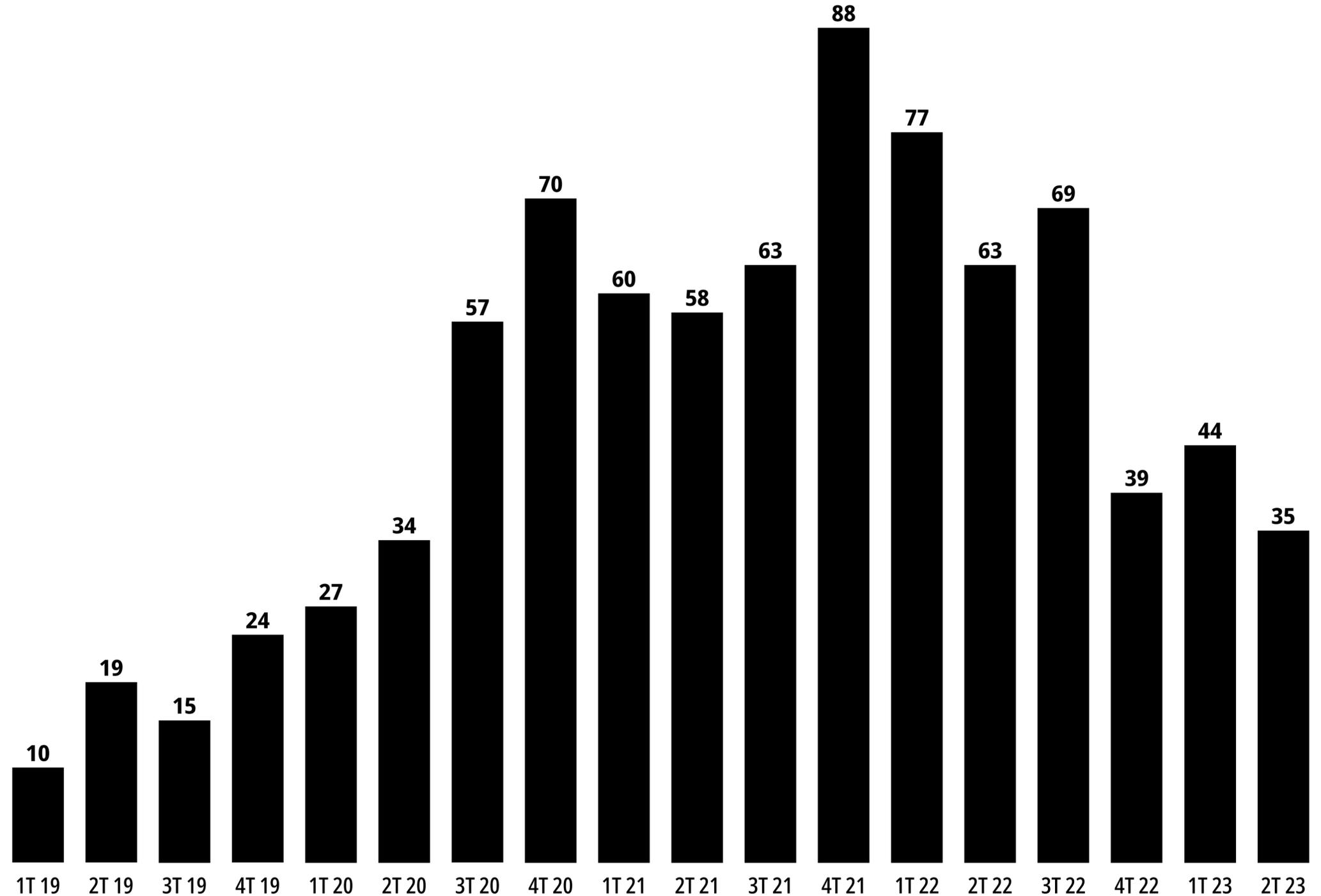


Número de fusões e aquisições por formato



Entretanto, desde o pico no 4T 2021 é possível ver uma redução.

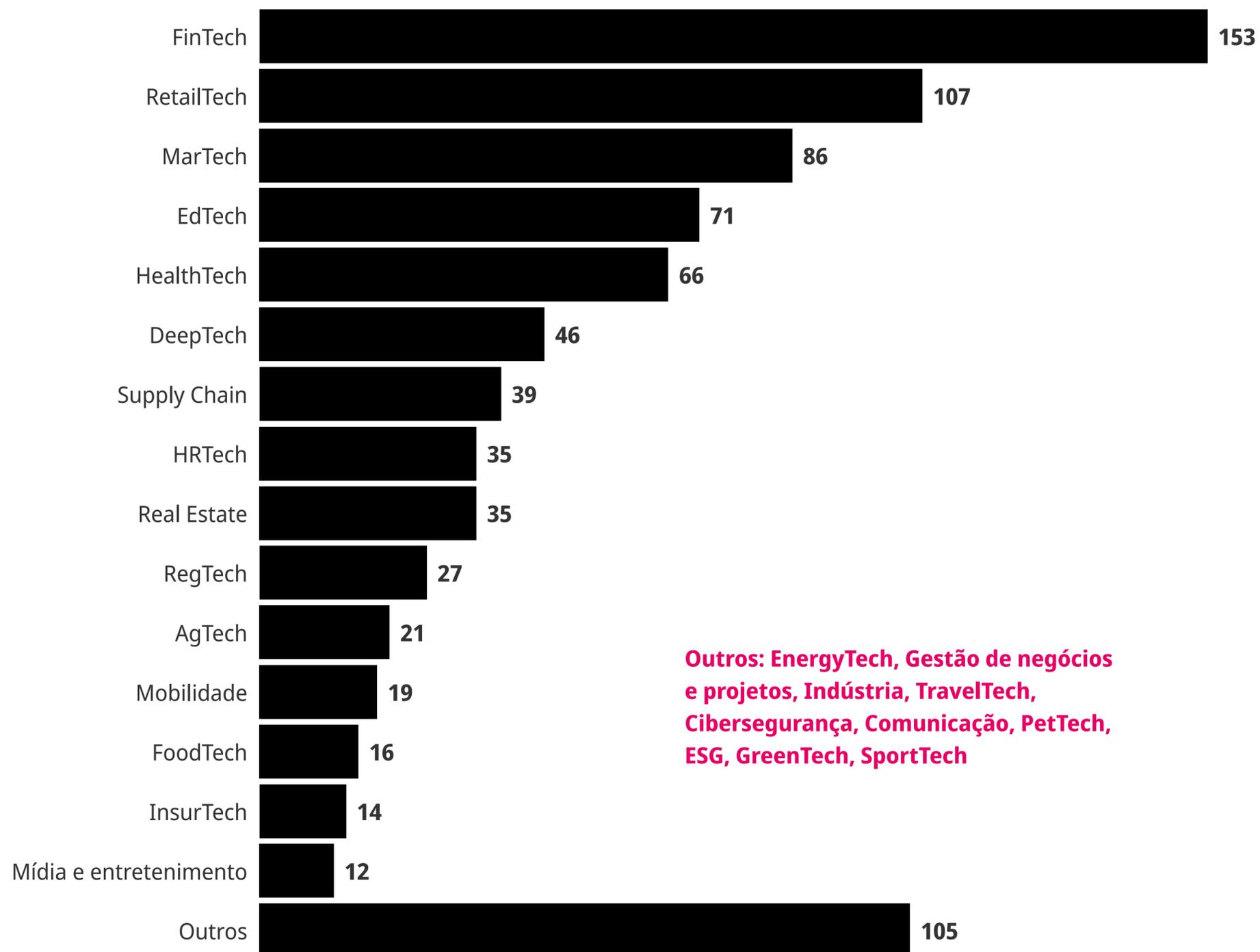
Número de fusões e aquisições por trimestre



Ao contrário da queda no volume de aportes que ocorreu em 2022, a quantidade de fusões e aquisições ainda continuou bastante representativa. Uma possível explicação é que a maior dificuldade de levantar recursos e a escassez de capital tornaram mais empresas alvos de fusões e aquisições. Agora, com um cenário de ajuste financeiro global mais forte, a quantidade de fusões e aquisições parece ter sido mais afetada, embora ainda não tenha retornado aos patamares de 2019.

Dentre os setores, FinTech é o mais visado para fusões e aquisições.

Número de fusões e aquisições por setor



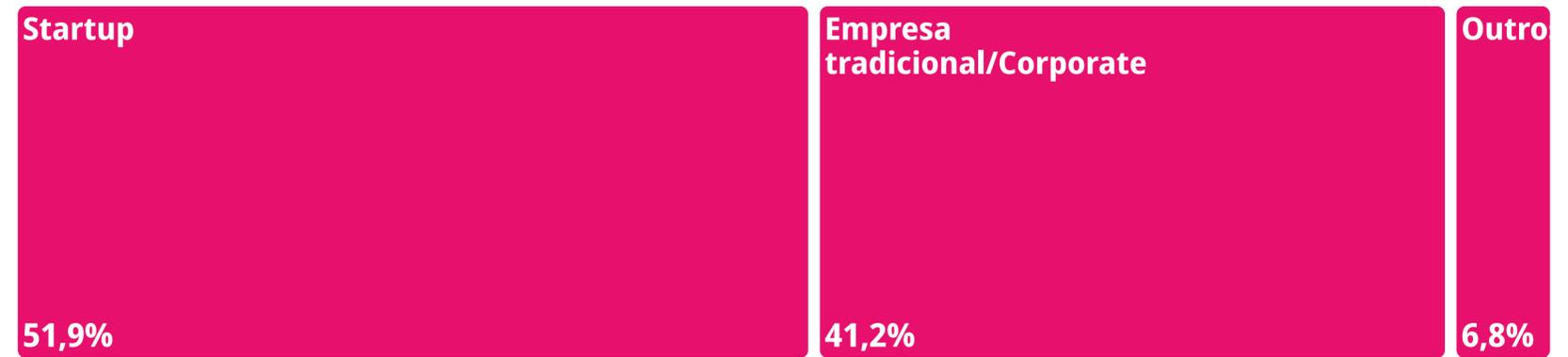
Ao todo, foram realizadas 153 fusões e aquisições no setor financeiro, o que pode ser explicado em grande parte pela necessidade de evolução dos players tradicionais da indústria, que utilizam essa prática para modernizar seus modelos de negócio tradicionais. A grande tendência de “todos querem ser uma fintech” também fez com que varejistas e players da indústria da saúde avançassem seus negócios com serviços financeiros. Além disso, as fintechs que desenvolveram seus negócios iniciais em cima de um produto específico também utilizam esse mecanismo como forma de entrar em outros mercados.

Em segundo lugar, com 107 fusões e aquisições, ficou RetailTech, e em terceiro lugar, completando o pódio, está MarTech, com 86 fusões e aquisições.

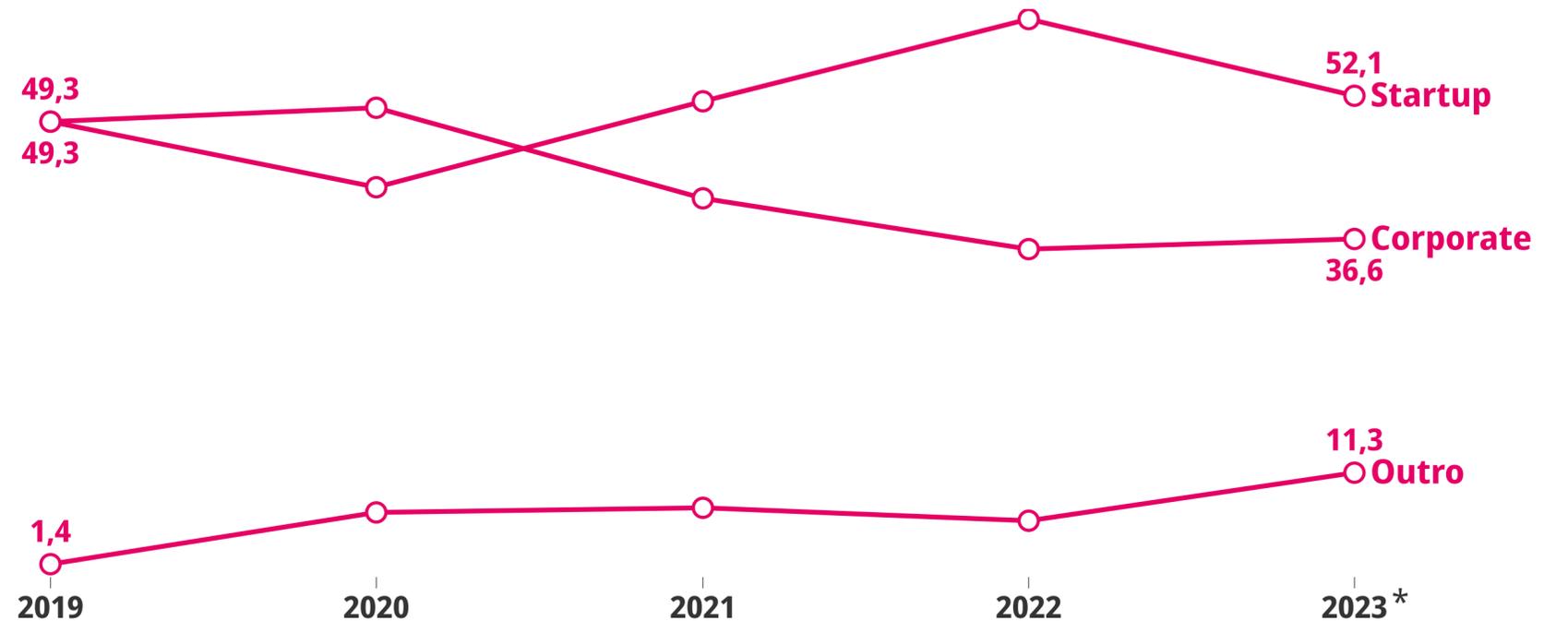
Startups são as maiores compradoras de outras startups.

Desde 2019, as startups foram responsáveis por 51,9% das aquisições realizadas no mercado de tecnologia latino-americano, enquanto as empresas tradicionais representaram 41,2%. Interessante notar que a participação das startups tem aumentado ao longo do tempo. Em 2019, as empresas de tecnologia e grandes corporações estavam empatadas com 49,3%. Já em 2022, as startups finalizaram com 60,5%, enquanto as corporações representaram apenas 33,5%.

Número de fusões e aquisições por setor (em %)



Representatividade de fusões e aquisições por perfil ao longo dos anos (em %)



Principais ecossistemas América Latina

Análises e estatísticas sobre os **maiores mercados de inovação** da América Latina.

A partir das estatísticas consolidadas do banco de dados do Distrito, foram selecionados os cinco principais polos de inovação com base no número de startups, volume de investimento, número de aportes e movimentos de fusão e aquisição para serem analisados de maneira mais aprofundada. Conforme demonstrado nas páginas anteriores, dentro do mercado da América Latina, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México se destacam na região pela maturidade dos ecossistemas.

Com isso, decidimos trazer uma análise mais detalhada sobre cada um desses países, como forma de entender melhor cada um dos principais mercados da região. O resultado está nas próximas páginas.

Argentina

69

Inovação 2022
(mundial)

10°

Políticas e cultura de empreendedorismo 2022 *(ranking)*

87%

Utilização da internet 2021 *(% da população)*

85

Empreendedorismo 2023
(mundial)

0,46%

Gastos com pesquisa e desenvolvimento 2019 *(% do PIB)*

99%

Alfabetização

5,24%

Crescimento anual do PIB
de 2021 para 2022

46,2 milhões

População 2022

23%

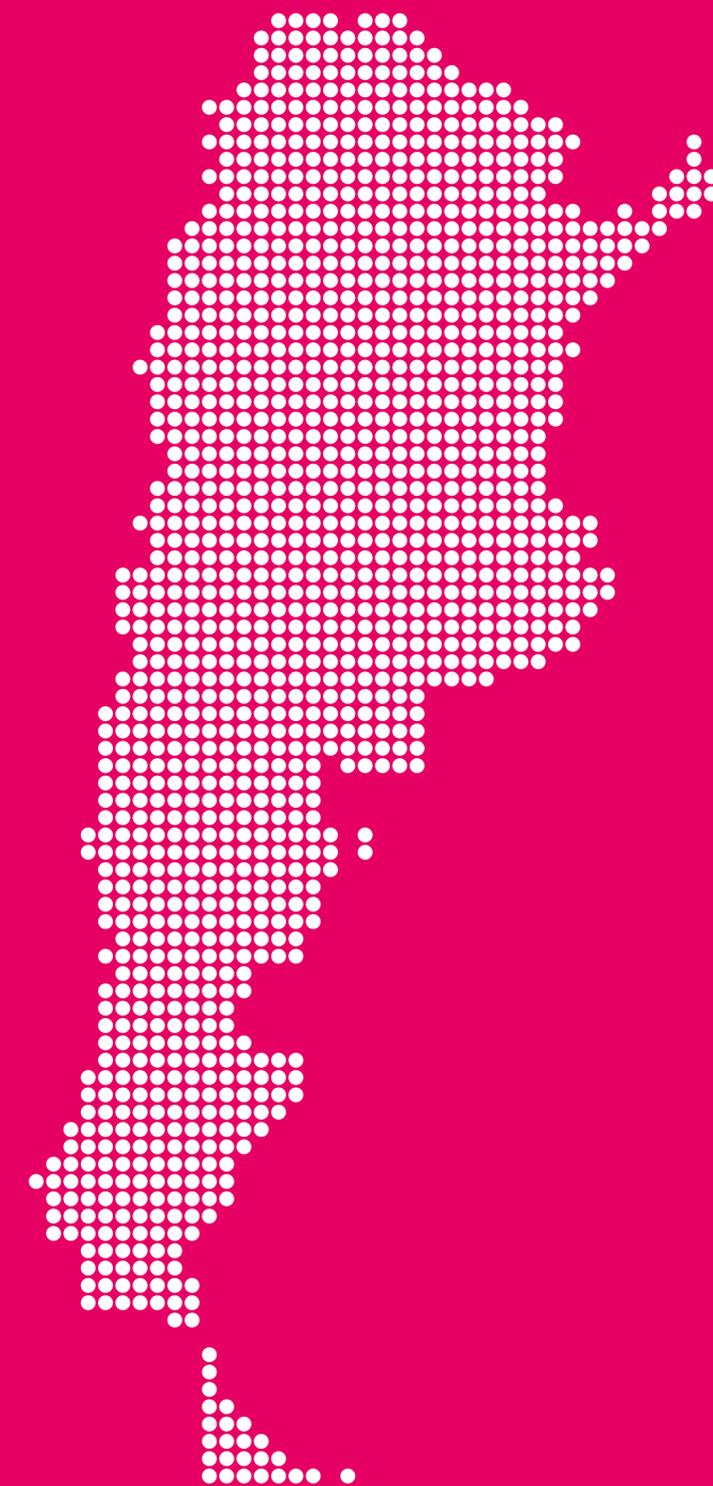
População abaixo de 15 anos em 2022

128°

Políticas voltadas a fazer negócios 2022 *(ranking)*

81°

Estabilidade 2022
(ranking mundial)



Indicadores socioeconômicos da Argentina

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023P	2024P
Atividade Econômica									
Crescimento real do PIB (Estimativa privada) - %	-2,1	2,8	-2,6	-2,0	-9,9	10,7	5,0	-3,0	-2,5
PIB nominal - USD bi	556,8	643,0	517,7	444,6	382,8	487,3	632,3	599,0	472,1
PIB per capita - USD	12.506	14.458	11.665	10	9	11	13,7	13	10
Taxa de desemprego - média anual	8,5	8,3	9,2	9,8	11,6	8,8	6,8	8,0	8,5
Inflação									
IPC - % (*)	41,0	24,8	47,6	53,8	36,1	50,9	94,8	160,00	90,00
Taxa de Juros									
Taxa BADLAR - final do ano - %	19,88	23,25	49,50	39,40	34,30	34,10	69,00	105,00	85,00
Balanço de Pagamentos									
ARS / USD - final de período	15,85	18,77	37,81	59,90	84,15	102,75	177,10	615,00	1100,00
Cambio Médio	14,7782	16,5814	28,7	50,8	69,9475	96	97	98	0
Balança comercial - USD bi	2,0	-8,5	-3,7	16,0	12,5	14,8	6,9	1,0	20,0
Conta corrente - % PIB	-2,7	-4,9	-5,2	-0,9	0,8	1,5	-0,6	-2,0	2,5
Investimento estrangeiro direto - % PIB	0,6	1,8	2,3	1,5	1,1	1,4	2,6	1,0	1,0
Reservas internacionais brutas- USD bi	38,8	55,1	65,8	44,8	39,3	39,6	44,6	30,0	39,0
Reservas internacionais líquidas - USD bi	12,2	31,2	22,7	13,6	5,2	4,3	6,0	9,0	0,0
Finanças Públicas									
Resultado primário - % do PIB (**)	-4,2	-3,8	-2,6	-0,4	-6,5	-3,0	-2,4	-3,0	-1,0
Dívida pública líquida - % PIB (***)	27,6	31,5	57,0	57,8	66,9	48,1	48,7	54,3	58,3

(*) Inflação nacional para 2017 e 2018.

(**) Desde de 2016, exclui as transferências de lucros do banco central

(***) Exclui as reservas do banco central e previdência social

(****) Lebac 35 dias para 2016, Taxa Repo 7 dias para 2017, e taxa Leliq de 7 dias para 2018 e 2019.

Fonte: Banco Central, INDEC e Itaú BBA

Sobre a Argentina

Apesar das grandes contribuições do país, a Argentina enfrenta um contexto socioeconômico desafiador, marcado por uma crise que se arrasta há anos e tem impactado significativamente a vida dos argentinos. Os principais problemas que afetam a economia argentina são a alta inflação, a “dolarização” de sua economia e a falta de reservas internacionais. A crise foi, inclusive, agravada pela seca severa, a maior dos últimos 60 anos, que levou a uma queda de 74% nos embarques de grãos em fevereiro deste ano, segundo o portal Metropoles. Dessa maneira, a moeda local, o peso argentino, vem sofrendo uma desvalorização constante, o que causa um aumento nos preços dos produtos e serviços. Essa situação gera uma perda do poder de compra da população e aumenta a instabilidade econômica.

Além disso, a Argentina enfrenta uma dívida pública elevada devido a um alto déficit nas contas públicas. Essa conjuntura dificulta a captação de recursos e impõe restrições financeiras ao governo. Segundo dados do Ministério da Economia e matéria da XP Investimentos, até o terceiro trimestre de 2022, a dívida pública bruta da Argentina é de US\$ 382 bilhões, com crescimento cons-

tante desde 2019. Consequentemente, é possível observar uma crescente economia informal dentro da Argentina aliada a uma escassez de reservas e liquidez para efetivar pagamentos da dívida. Assim, há um aumento da falta de confiança dos investidores, tanto internos como externos, devido a uma eterna desconfiança em relação à moeda local e à economia do país de modo geral agrava a situação, tornando mais difícil a realização de investimentos e crescimento econômico.

A Argentina apresenta-se como uma importante economia global, principalmente devido à sua produção agrícola, que contribui com 7,1% do PIB, apesar de empregar apenas 0,1% da população, de acordo com estimativas do Banco Mundial apresentadas em matéria do Santander Trade. Em relação ao setor industrial, é notável que apresentou um crescimento significativo nos últimos anos, contribuindo com cerca de 23,6% do PIB e empregando 21,8% da população. Já o setor de serviços é o maior contribuinte para o PIB, representando 52,5% do total, e empregando 78,1% da população ativa. Essa situação ocorre, principalmente, pela Argentina se destacar em serviços de tecnologia avançada (desenvolvimento

de software, centrais de atendimento telefônico, energia nuclear e turismo). Dessa maneira, os setores de telecomunicações e tecnologia da informação e comunicação (TIC) estão apresentando crescente desenvolvimento no país, assim como o turismo, que está se tornando cada vez mais importante pela desvalorização do peso argentino, tornando o país um destino atrativo para visitantes estrangeiros (dados do Santander Trade).

Em relação à estruturação da sociedade, a Argentina tem uma população de 46,2 milhões de pessoas, onde a maioria é jovem. Uma idade média baixa é importante para a estruturação da força de trabalho e para a penetração da internet e do uso de dispositivos móveis. O aumento do acesso à Internet (87,2% da população argentina) e o crescente número de usuários de smartphones (46,9% da população) impulsionam a demanda por serviços digitais inovadores, criando um ambiente favorável para o surgimento de startups no setor de tecnologia. O país também concentra um grande contingente de profissionais altamente qualificados, especialmente, nas áreas de desenvolvedores de tecnologia e designers.

ESTATÍSTICAS GERAIS

ARGENTINA

NÚMERO DE STARTUPS:

1.509

MODELO DE NEGÓCIO PREDOMINANTE:

SaaS (38,29%)

PÚBLICO ALVO PREDOMINANTE:

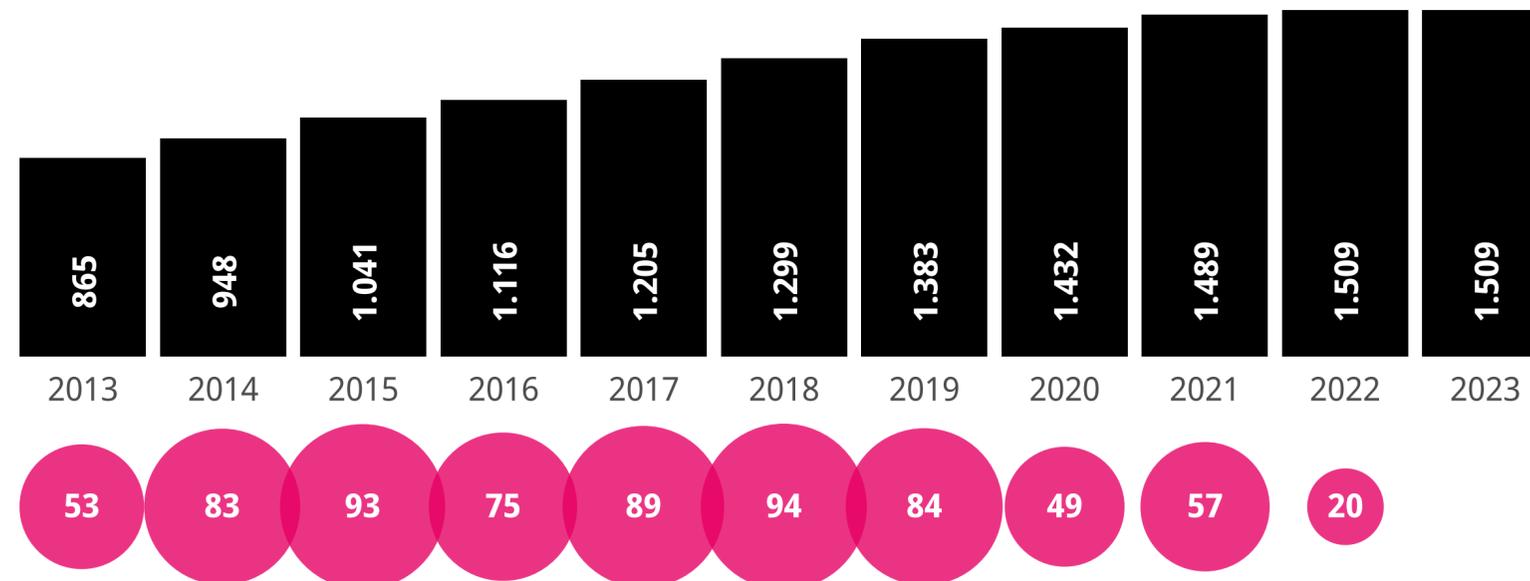
B2B (47,1%)

SETOR PREDOMINANTE:

FINTECH (11,78%)

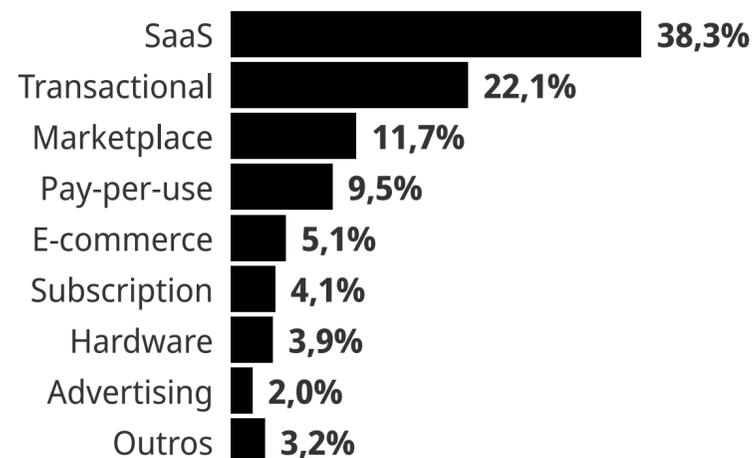
Fundação de startups

■ Número de startups acumulado
● Número de startups fundadas no ano



Modelo de negócio

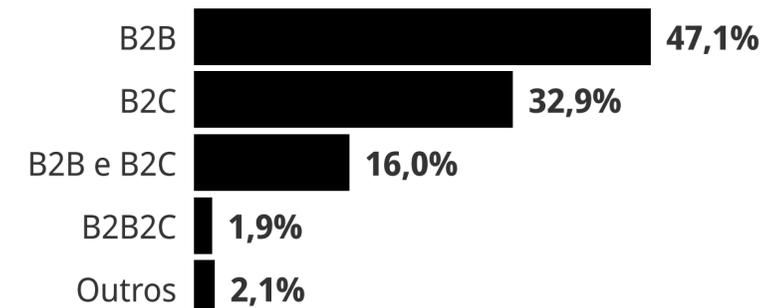
(em %)



*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

Público-alvo

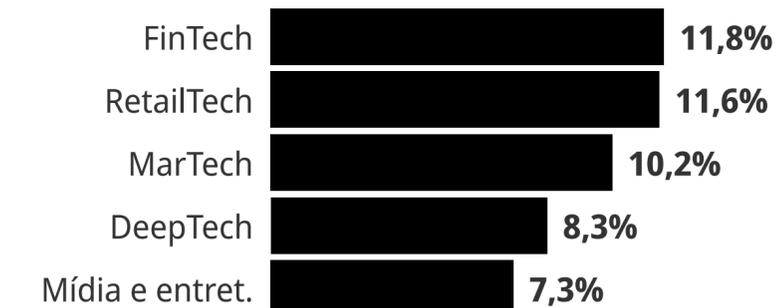
(em %)



*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

Top 5 setores

(em %)



O ecossistema argentino de startups

No total, a Argentina apresenta um total de 1.509 startups, sendo o 3º país com maior número de startups na América Latina. Historicamente, a Argentina concentra um maior contingente de startups nos setores de: Fintech, Retailtech, Martech e Deeptech. Além disso, o setor de Fintech foi o segmento que recebeu maior volume de investimento durante o ano de 2022. No entanto, as transações na área de biotecnologia e agricultura de precisão (Agtech) estão em ascensão e representam uma forte tendência para os próximos anos, segundo o report elaborado pelo Setor de Promoção de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTEC) da embaixada do Brasil em Buenos Aires. Assim, o modelo de negócio que predomina nas startups argentinas é SaaS (Software as a Service), representando 38,29% das startups do país. Essa situação ocorre, principalmente pelo país concentrar grande contingente de profissionais altamente qualificados nas áreas de desenvolvedores de tecnologia. Em relação ao público-alvo, 47,19% startups da Argentina operam no B2B.

Assim, os principais setores que contêm maior potencial de disruptão e tendência de crescimento tecnológico para os próximos anos, segundo o Startup Universal, são: Agtech, pela Argentina ser um grande produtor de soja, Inteligência Artificial e Fintech pelo setor ter crescido bastante nos últimos anos, trazendo soluções inovadoras para um mercado onde 53% da população adulta não possui conta em banco e 70% da população não confia nas instituições financeiras, sejam elas bancárias ou não. (World Bank).

Segundo o relatório do Global Startup Ecosystem Index, desenvolvido pela StartupBlink, Buenos Aires é o epicentro da inovação na Argentina, onde se encontram algumas das empresas mais bem-sucedidas do país. Além disso, a cidade abriga uma influente organização chamada Startup Buenos Aires, que tem como missão inspirar, conectar e apoiar empreendedores e startups na região. Além disso, o Governo da Cidade de Buenos Aires é um participante ativo no ecossistema por meio de uma incubadora chamada incuBAte. Outro hub promissor de startups na Argentina é Córdoba. Com destaque a alguns players interessantes como Córdoba Aceleradora, organização público-privada que tem como missão conectar a cidade com o mundo por meio da inovação, modelos de negócios, empreendedorismo e novas economias.

Embora o ecossistema de startups argentino esteja crescendo, reunindo histórias de sucesso e contando com apoio de diversos players, é perceptível que o setor público do país precisa melhorar a infraestrutura e reformar ainda mais a legislação para evitar a fuga de mão de obra qualificada e atrair empreendedores. Um passo importante para enfrentar esses desafios foi dado em 2017 com a aprovação da Lei do Empreendedorismo. Essa legislação simplificou significativamente o processo de abertura de pequenas e médias empresas, que é o ponto de partida para a maioria dos empreendimentos. Anteriormente, o procedimento para abrir uma empresa na Argentina podia levar de 20 a 30 dias, mas agora, graças às medidas implementadas, todo o processo pode ser reali-

zado online. Surpreendentemente, em apenas 24 horas, os empresários conseguem obter um CNPJ e abrir uma conta bancária para a pessoa jurídica, segundo matéria da Revista Exame. Além disso, a nova legislação aboliu a necessidade do empreendedor ter sócios para abrir a empresa (demonstrando um avanço para profissionais liberais ou pequenos comerciantes) e permitiu que as empresas emitissem nota fiscal somente depois de receber o pagamento do cliente. A Argentina se diferencia, também, por oferecer visto de nômade digital (visto de curta duração, com validade de 180 dias e podendo ser prorrogado por mais 180 dias). Além disso, o programa de incentivo também oferecerá descontos em transporte, hospedagem e benefícios educacionais, culturais e gastronômicos.

Atualmente, um dos grandes desafios a serem enfrentados pelo ecossistema de inovação da Argentina são as altas taxas tributárias que têm um impacto extremamente prejudicial e significativo em todas as indústrias ao causarem um grande peso às startups que estão na fase inicial de validação de seus modelos de negócio. No entanto, a aprovação de uma nova lei, em 2019, que promove a “Economía del Conocimiento” abriu caminho para aliviar esses encargos fiscais para as startups, oferecendo uma considerável redução de impostos para as empresas emergentes que atendam aos requisitos estabelecidos.

DADOS DE INVESTIMENTO

NÚMERO DE DEALS (2019-2023):

243

INVESTIMENTO TOTAL RECEBIDO (2019-2023):

2,34 (US\$ BILHÕES)

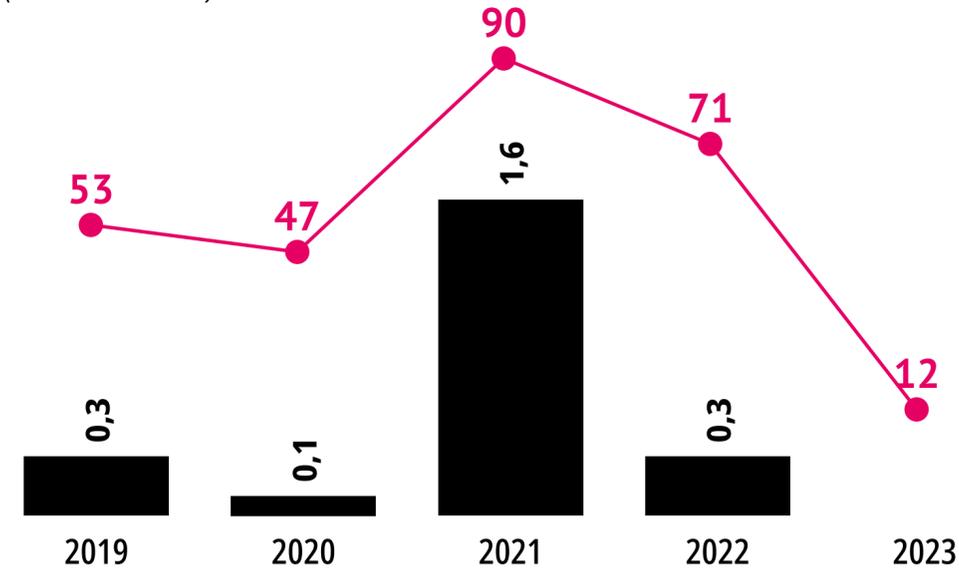
ESTÁGIO COM MAIS DEALS:

Seed 2021

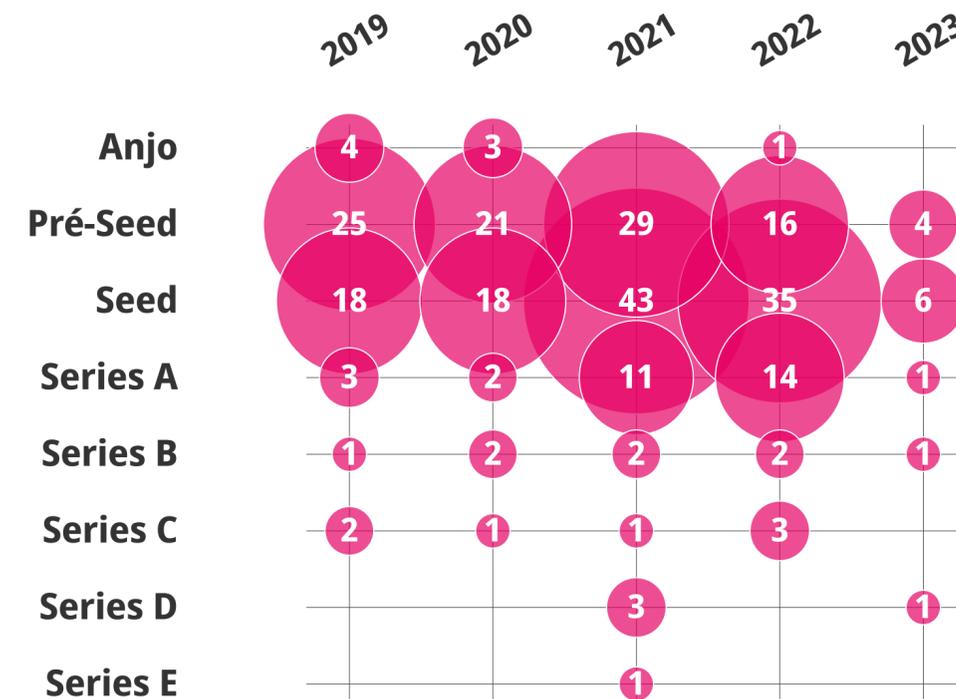
SETOR MAIS INVESTIDO EM VOLUME:

RETAILTECH 2021

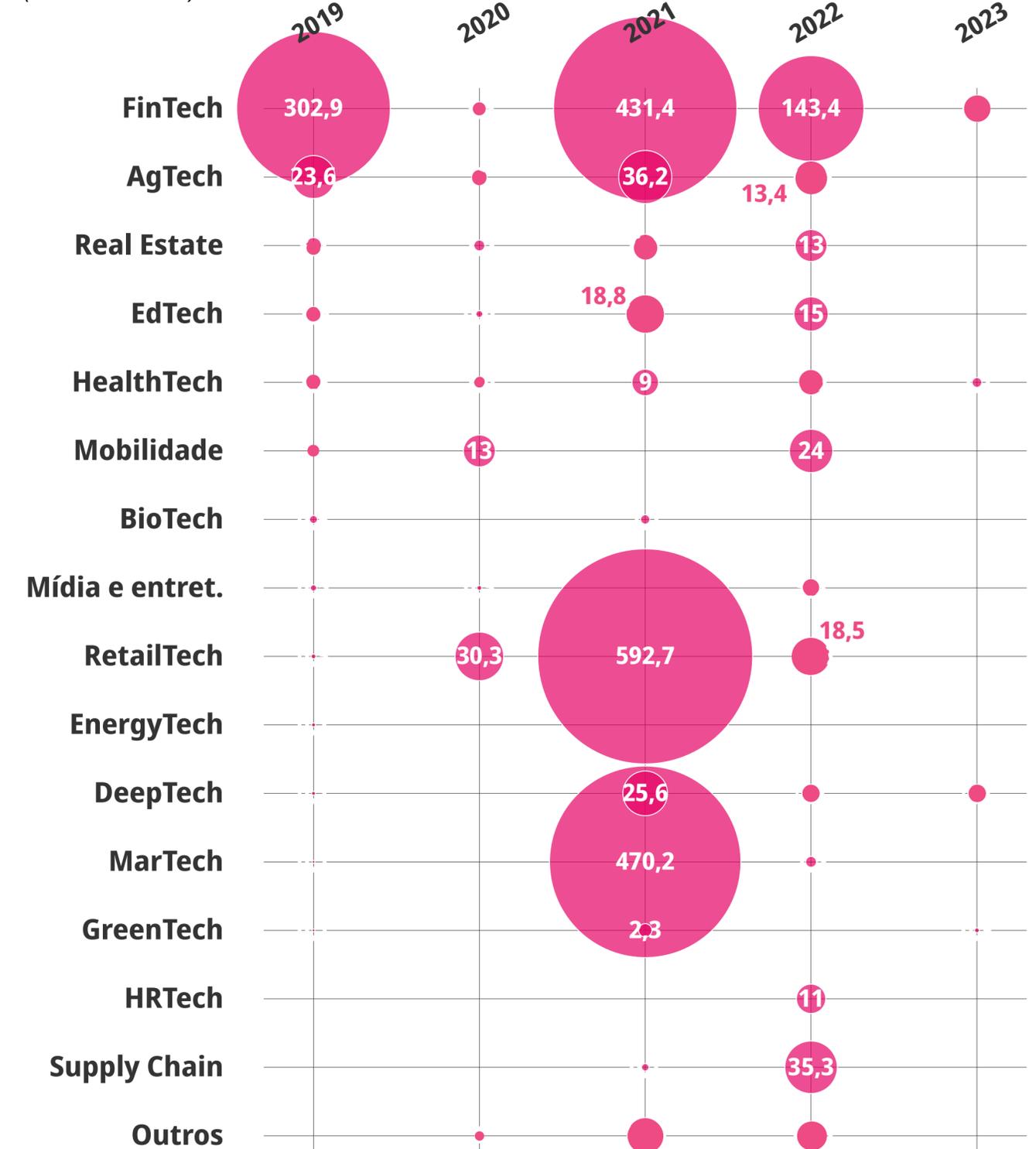
Investimento ano a ano (US\$ bilhões)



Número de deals por estágio



Volume de investimento por setor (US\$ milhões)



DESTAQUES DE INVESTIMENTO

O talento do ecossistema empreendedor da Argentina é reconhecido e visto de forma favorável ao redor do mundo. Atualmente, a Argentina conta com **7 unicórnios**. Dessa maneira, podemos perceber que por um lado, as múltiplas crises econômicas do país têm forçado os argentinos a serem criativos e **buscarem soluções inovadoras**, mas por outro, as atuais condições macroeconômicas da Argentina dificultam o crescimento e desenvolvimento do ecossistema de inovação.

Em relação aos fundos de Venture Capital, os investimentos em capital de risco na Argentina acompanharam as tendências globais e alcançaram um marco histórico de **1,6 bilhões de dólares em 2021** com **90 rodadas de investimento** em comparação aos 300 milhões de dólares investidos nesse mercado em 2020 com apenas 53 rodadas de investimento. Em 2022, com o chamado “Inverno VC”, a Argentina registrou um volume de investimento de 300 milhões de dólares e contou com 71 deals, demonstrando que o ecossistema, mesmo em períodos conturbados, manteve a resiliência. Até agora, durante o primeiro semestre de 2023, o país registrou um volume de investimento de 20 milhões de dólares e

12 rodadas de investimento, evidenciando uma queda em relação a períodos anteriores.

Desde 2019, a Argentina registrou US\$ 2,4 bilhões por meio de 273 rodadas de financiamento. Assim, podemos perceber que, embora o ecossistema de inovação da Argentina esteja, progressivamente crescendo, o **investimento de risco do país ainda é uma modalidade relativamente menor e menos explorada em comparação com ecossistemas de inovação mais robustos na América Latina** (como, por exemplo, o Brasil que registrou, a partir de 2019, US\$ 21,9 bilhões de investimento em capital de risco por meio de 3471 rodadas de financiamento). Essa situação ocorre, majoritariamente, pela falta de capital de risco. Podemos observar que há muito talento e oportunidades promissoras na Argentina, mas também há uma evidente escassez de capital que pode ser explicada por diversas razões estruturais e macroeconômicas, porém isso está lentamente mudando à medida que a região se torna cada vez mais atrativa tanto para investidores nativos quanto estrangeiros. Consequentemente, é possível perceber um nítido aumento no volume de capital investido em startups e quantidade de deals no país.

UNICÓRNIOS ARGENTINOS











NOME: Ualá

ANO DE FUNDAÇÃO: 2017

LOCALIZAÇÃO: Argentina

SITE: uala.com.ar

15%
de crescimento médio mensal
do volume em 2022.

9%
crescimento médio mensal
do número de vendas do
estabelecimento.

42%
crescimento médio mensal do
volume para pessoa física em 2022
e 30% no número de vendas.

A Ualá foi lançada na Argentina em outubro de 2017 com a missão de trazer os serviços financeiros da América Latina para o século XXI, contribuindo para a inclusão financeira da região por meio do acesso a um ecossistema completo que oferece conta e cartão internacional, entre outras funcionalidades. Para isso, opera com cartão internacional Mastercard sem custo de emissão, renovação, manutenção ou fechamento que pode ser utilizado em qualquer loja física ou online do mundo que aceite Mastercard.

Em setembro de 2020, iniciou sua expansão internacional com a chegada ao México e, em 2022, na Colômbia. Neste mesmo período, completou seu quinto ano de operação, alcançando uma margem bruta positiva na Argentina, continuando seu compromisso de fortalecer ainda mais os ecossistemas da Colômbia e do México.

Atualmente, a Ualá conta com os melhores canais para continuar expandindo seus serviços por meio dos bancos Wilobank (Argentina) e ABC Capital (México, pendente de aprovação regulatória), bem como a licença de financiadora na Colômbia, supervisionada pela Superintendência Financeira da Colômbia e respaldada pelo Fundo de Garantia das Instituições Financeiras (FOGAFIN).

Ao longo da sua história a Ualá já realizou algumas aquisições como forma de expandir seu mercado de atuação e melhorar seus produtos e serviços:

- **Wilobank** - A Ualá adquiriu 100% das ações do Wilobank com a aprovação do Banco Central da República Argentina (BCRA). O Wilobank ingressou no ecossistema da Ualá, possibilitando a oferta de diversas soluções reservadas apenas para instituições financeiras.

- **Empretienda** - O Empretienda permite que milhares de empreendedores criem sua própria loja virtual de forma rápida, fácil e com baixo custo. Foi incorporada como uma nova ferramenta do ecossistema Ualá Bis para empreendedores e empreendimentos na vertical de e-commerce.

- **Ceibo Créditos** - A Ceibo Créditos é uma fintech especializada em empréstimos e soluções financeiras que disponibiliza ferramentas de financiamento no ponto de venda e que se integrou às ofertas de crédito da Ualá. Com essa opção, os usuários poderão financiar suas compras em parcelas fixas, sem a necessidade de cartão de crédito, e as empresas poderão potencializar suas vendas.

Com mais de 1.400 colaboradores, a Ualá está presente em todas as províncias da Argentina, todos os 31 estados do México e todos os 32 departamentos da Colômbia.

Além disso, atualmente a companhia tem mais de 5 milhões de usuários nesses países e pretende alcançar 25 milhões de usuários na região até 2028. Para isso, deve investir mais US\$ 150 milhões nos próximos 18 meses.

Brasil

54

Inovação 2022
(mundial)

98

Empreendedorismo 2023
(mundial)

2,9%

Crescimento anual do PIB
de 2021 para 2022

103°

Políticas voltadas a fazer negócios 2022
(ranking)

66°

Políticas e cultura de empreendedorismo 2022
(ranking)

1,21%

Gastos com pesquisa e desenvolvimento 2019
(% do PIB)

203,1 milhões

População 2022

74°

Estabilidade 2022
(ranking mundial)

81%

Utilização da internet 2021
(% da população)

94%

Alfabetização

20%

População abaixo de 15 anos em 2022



Indicadores socioeconômicos do Brasil

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023P	2024P
Atividade Econômica									
Crescimento real do PIB (Estimativa privada) - %	-3,3	1,3	1,8	1,2	-3,3	5,0	2,9	2,3	1,5
PIB nominal - USD bi	1.798	2.063	1.916	1.872	1.475	1.649	1.920	2.131	2.212
PIB per capita - USD	8.764	9.977	9.189	8.910	6.964	7.731	8.936	9.851	10.163
Taxa de desemprego - média anual	11,6	12,8	12,4	12,0	13,8	13,2	9,3	8,0	8,0
Inflação									
IPCA - % (*)	6,3	2,9	3,7	4,3	4,5	10,1	5,8	5,1	4,4
Taxa de Juros									
Selic - final do ano - %	13,75	7,00	6,50	4,50	2,00	9,25	13,75	12,00	9,50
Balanço de Pagamentos									
BRL / USD - final de período	3,26	3,31	3,88	4,03	5,19	5,57	5,28	5,00	5,25
Balança comercial - USD bi	40	56	47	35	50	61	62	70	60
Conta corrente - % PIB	-1,7	-1,2	-2,9	-3,6	-1,9	-2,8	-3,0	-1,7	-1,5
Investimento direto no país - % PIB	4,1	3,3	4,1	3,7	3,0	2,8	4,8	3,8	3,2
Reservas internacionais - USD bi	372	382	387	367	356	362	325	330	340
Finanças Públicas									
Resultado primário - % do PIB (**)	-2,5	-1,7	-1,5	-0,8	-9,2	0,7	1,3	-1,0	-0,8
Dívida pública líquida - % PIB (***)	46,2	51,4	52,8	54,7	61,4	55,8	57,1	61,1	64,3

(*) Inflação nacional para 2017 e 2018.

(**) Desde de 2016, exclui as transferências de lucros do banco central

(***) Exclui as reservas do banco central e previdência social

(****) Lebac 35 dias para 2016, Taxa Repo 7 dias para 2017, e taxa Leliq de 7 dias para 2018 e 2019.

Fonte: Banco Central, INDEC e Itaú BBA

Sobre o Brasil



O Brasil é um país com dimensões continentais. Com 8.510.345 km², é o quinto maior do mundo em extensão e sétimo em população. Devido às suas características únicas, o Brasil ocupa papéis de destaque quando o assunto é América Latina.

Com um PIB de US\$ 1,92 trilhão em 2022, o Brasil é responsável por 1,76% do PIB mundial. Além disso, ocupa a 60^a posição no ranking de países mais competitivos do mundo desenvolvido pela IMD, ficando atrás do Chile, Peru, México e Colômbia em um recorte regional da América Latina.

Com um mercado digital em constante crescimento, o Brasil possui o ecossistema de startups mais robusto da região, ocupando a 27^a posição de melhores ecossistemas globais para startups segundo ranking da StartupBlink, seguido pelo Chile na 36^a e México na 37^a posição. No Índice de Inovação Global, ocupa a 54^a posição.

Dos 45 unicórnios da América Latina, 24 estão no Brasil, mais que a soma de todos os unicórnios dos demais países latinos juntos. Isso significa que 53% das unicórnios latinas estão em terras brasileiras. Além disso, 15 startups já abriram uma Oferta Inicial de Ações (do inglês Initial Public Offering ou IPO).

Desde a implementação do Plano Real, o Brasil figura entre as maiores economias do mundo, ocupando a 12^a posição do ranking elaborado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI). Projeções do FMI apontam que, até 2026, o país ocupe a 8^a posição do ranking.

Além disso, a nação possui a maior economia da América Latina, representando 28,4% do PIB da região segundo o Banco Mundial.

A economia brasileira é impulsionada por diversos acordos internacionais que ampliam o protagonismo do país. De acordo com o Ministério da Economia, são 25 acordos internacionais assinados e 9 em negociações. Não só isso, o país faz ainda parte do BRICS, aliança econômica entre Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul; e do G20: fórum de cooperação econômico internacional que conta com líderes de 19 países e União Europeia.

Com uma população de 203,1 milhões de habitantes, o Brasil possui um dos maiores mercados consumidores do mundo, sendo o quinto país com o maior número de usuários que possuem smartphones e o primeiro no ranking mundial de crescimento em compras online segundo a Cupom Válido com dados do The World Bank e da Statista. Isso coloca o país dentre as nações mais digitalizadas do mundo, com uma média de 2,1 aparelhos digitais por habitante, de acordo com a FGV. Porém, a distribuição destes aparelhos é desigual, de modo que classes sociais mais baixas possuem aparelhos de menor qualidade e vice-versa.

Outro ponto importante quando o assunto é digitalização é o quanto que as empresas brasileiras estão dispostas a investir em tecnologia para aprimorar seus serviços. Um estudo realizado pela FGV concluiu que, em 2022, o gasto em tecnologia por funcionário foi de R\$ 45 mil e a projeção é que este valor aumente para R\$ 50



mil nos próximos anos. No setor bancário, o gasto por funcionário chega a R\$ 125 mil por ano.

O investimento dos bancos em tecnologia é um indicativo de um dos fatores que impulsionam o crescimento do ecossistema de inovação no Brasil. O Banco Central possui uma agenda constante voltada para a inovação e para o desenvolvimento de soluções tecnológicas. Em 2020, por exemplo, lançou o Pix, sistema de transferência financeira instantânea.

Apesar da grande burocracia, é possível notar avanços quanto às iniciativas governamentais para impulsionar o ecossistema de inovação no Brasil. Com a criação da Lei 10.973/2004, também conhecida como Lei da Inovação, foram estabelecidas medidas que incentivavam a inovação e a pesquisa científica. Em 2016, foi publicada a Lei 13.243/2016, ou Marco Regulatório da Inovação, que concedeu diversos estímulos à inovação, como o reconhecimento de fundos de investimento como instrumento de fomento, o apoio da União para a criação de alianças estratégicas e criou a encomenda tecnológica, um instrumento de compra pública de inovação. Mais recentemente, o Marco Legal das Startups, como é chamada a Lei Complementar Nº 182/21, instituiu condições mais favoráveis para a criação de startups no país, incluindo um ambiente regulatório mais célere e uma aproximação mais facilitada com o setor público.

Além disso, o governo federal, através da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), anunciou que investirá R\$ 40 bilhões em inovação até 2026. Não só isso, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) tem revisto suas regulamentações e instruções. A partir da Resolução 88, por exemplo, regulariza o equity crowdfunding, uma alternativa de investimento para startups.

PANORAMA BRASIL

NÚMERO DE STARTUPS:

13.365

MODELO DE NEGÓCIO PREDOMINANTE:

SaaS (49,6%)

PÚBLICO ALVO PREDOMINANTE:

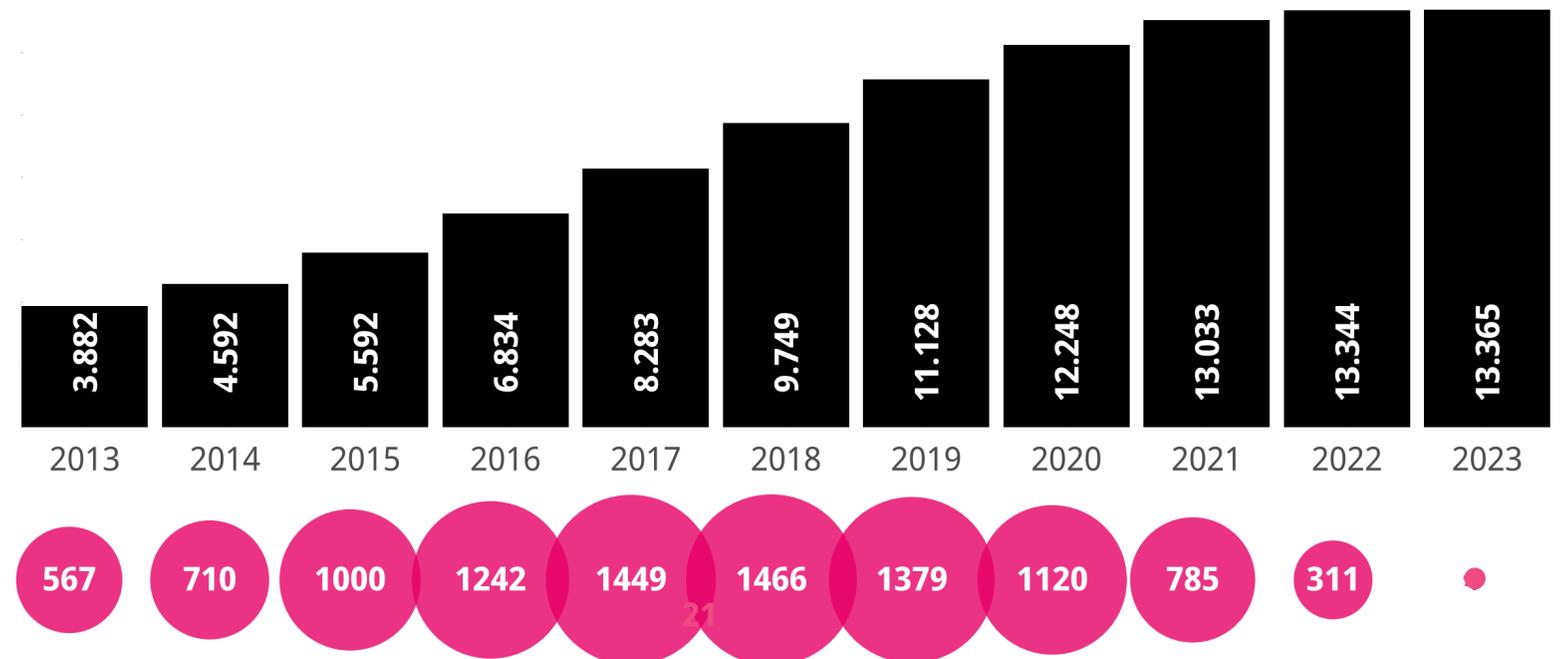
B2B (54,6%)

SETOR PREDOMINANTE:

FINTECH (12,2%)

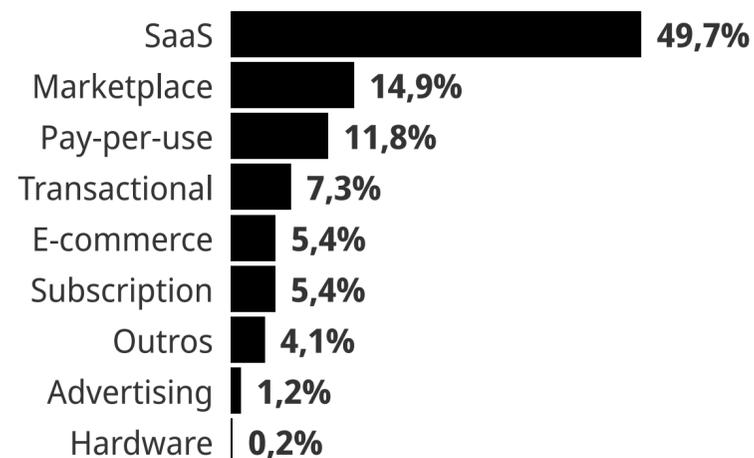
Fundação de startups

■ Número de startups acumulado
● Número de startups fundadas no ano



Modelo de negócio

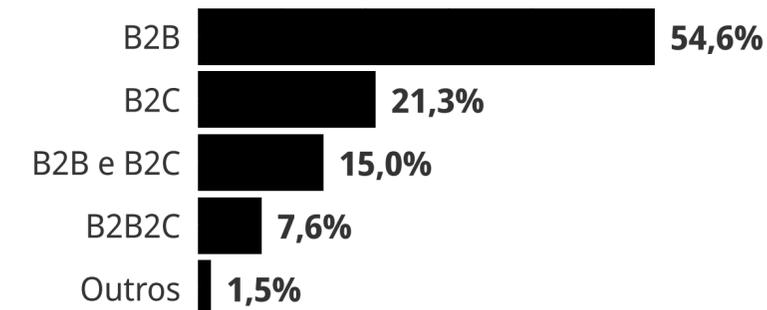
(em %)



*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

Público-alvo

(em %)



*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

Top 5 setores

(em %)



O ecossistema brasileiro de startups

Embora o ecossistema brasileiro de startups tenha se desenvolvido bastante nos últimos anos, ele ainda é relativamente recente. No Brasil, as startups deram seus primeiros passos no início dos anos 2000 e se depararam com um mercado novo ainda em experimentação. No mesmo período, foram criadas a ABVCAP (Associação Brasileira de Venture Capital e Private Equity) e a LAVCA (Latin American Venture Capital Association).

Neste período, foram criadas companhias como o Buscapé, considerado o primeiro caso de sucesso brasileiro, e o Mercado Livre, startup argentina fundada em 1999 e presente no Brasil desde o mesmo ano, sendo um dos principais responsáveis pela inserção da cultura de compras online no Brasil.

Em 2005, começaram a operar os primeiros fundos brasileiros focados em venture capital e investimentos em tecnologia e o ecossistema de startups continuou avançando a passos lentos.

O ano de 2009 trouxe um dos primeiros marcos para o ecossistema de inovação no Brasil: a Naspers, empresa sul-africana, adquiriu o Buscapé por US\$ 342 milhões. Era a primeira startup brasileira a realizar um exit, sendo um caso de sucesso brasileiro e demonstrando para o mercado a potência dessas empresas.

A partir daí, o ecossistema de inovação brasileiro foi crescendo e chamando a atenção também dos órgãos públicos. Em 2010, o Banco Central criou várias iniciativas regulatórias para modernizar

e democratizar o sistema financeiro. Entre essas iniciativas, criou normas para atuação das instituições de pagamentos e permitiu que fintechs de crédito pudessem atuar de maneira regulamentada a partir da criação das Sociedades de Crédito Direto (SCD) e das Sociedades de Empréstimo entre Pessoas (SEP).

O início da década de 2010 trouxe também uma maior penetração da internet na vida dos brasileiros, a evolução da infraestrutura tecnológica e a adaptação de sistemas para funcionamento em mobile e nuvem. Somados ao aumento da taxa de juros, esses fatores impulsionaram a criação de um mercado cada vez mais maduro e inovador.

O período entre 2013 e 2018 foi recheado de instabilidades econômicas. Com isso, surgiram novos grupos de investidores-anjos e abriu-se a possibilidade de várias pessoas físicas investirem um projeto a partir do equity crowdfunding que foi regulamentado em 2017.

O ano de 2018 foi marcado por outro fato extremamente importante para o ecossistema de inovação brasileiro: a 99, startup de mobilidade, recebeu o título de primeira unicórnio brasileira. Logo em seguida, empresas como o Nubank, maior startup da América Latina, e o IFood também conquistaram o título.

Neste momento, grandes investidores chegaram no Brasil. O Softbank, maior investidor global de venture capital, havia destina-

do US\$ 5 bilhões para investimentos late-stage na América Latina. A soma de fundadores de segunda viagem com o aumento das oportunidades de investimento aqueceu o mercado e proporcionou uma torrente de novos unicórnios brasileiros.

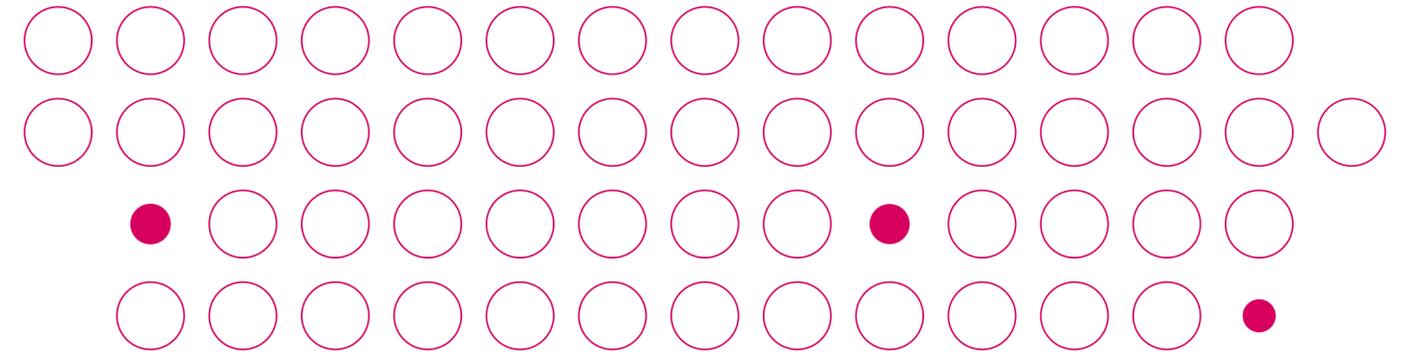
Os anos seguintes trouxeram consigo uma pandemia sem precedentes causada pelo novo coronavírus. O mundo parou e exigiu que as empresas acelerassem o seu processo de transformação digital. As startups foram parceiras fundamentais neste momento e, em 2021, viram uma ampla gama de possibilidades de financiamento que resultaram em um recorde para o setor.

Hoje, embora esses investimentos tenham diminuído em comparação a 2021, eles ainda são maiores que o período pré-pandemia, demonstrando que a inovação segue forte no cenário brasileiro.

Semelhante ao que ocorreu nos Estados Unidos com a “Máfia do Pay Pal”, há no Brasil também as chamadas “máfia-techs”, que consistem na criação de novas startups por fundadores que já passaram por outras e se tornaram empreendedores. O Nubank, por exemplo, influenciou a criação de inúmeras startups dos mais diversos segmentos.

Por fim, o ecossistema brasileiro de startups está cada dia mais maduro e competitivo, representando uma fatia importante do ecossistema global e, principalmente, da América Latina.

Desafios do ecossistema brasileiro de inovação



Muitos são os desafios quando o assunto é ecossistema de inovação no Brasil. Para além de desafios políticos e econômicos, o ecossistema enfrenta outro sério problema: a grande maioria das startups brasileiras estão localizadas no Sudeste, mais especificamente em São Paulo.

Diferente dos Estados Unidos onde, apesar do grande número de startups no Vale do Silício, ainda há uma descentralização regional da atuação dessas empresas, no Brasil esse processo de descentralização é ainda muito tímido.

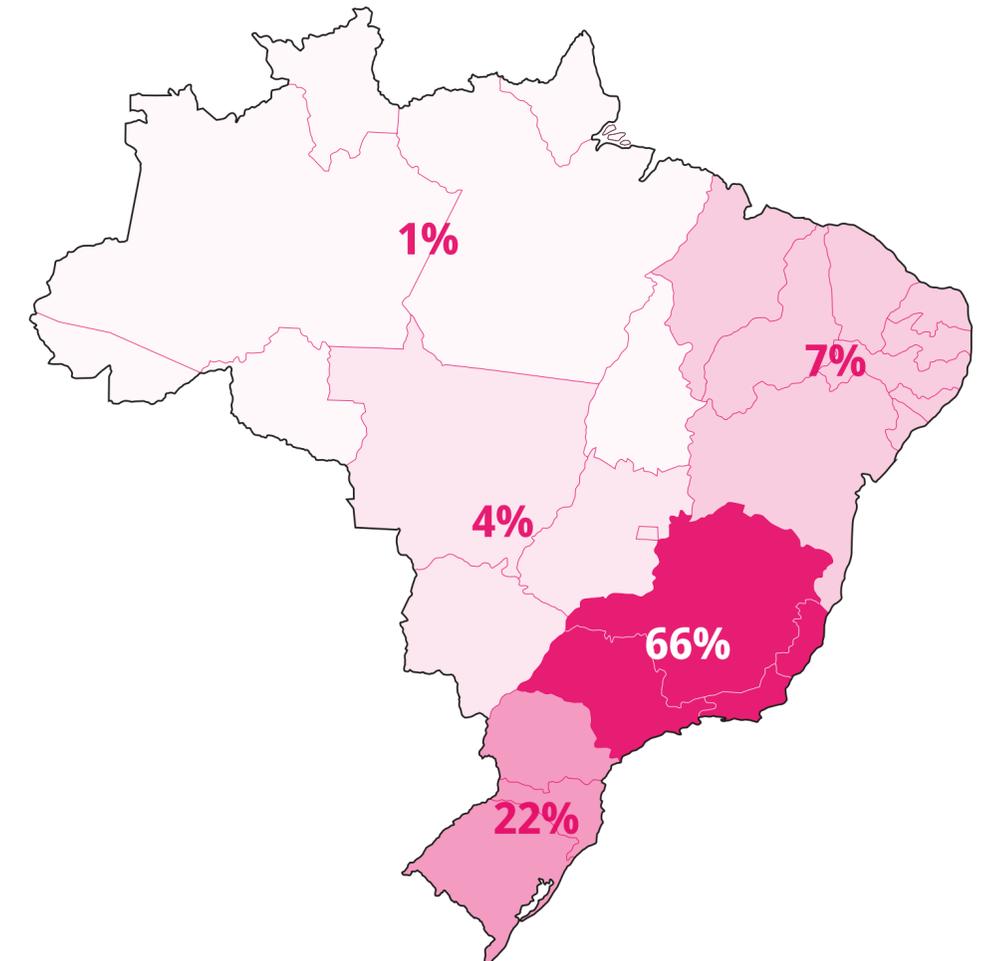
De todas as startups que o Distrito acompanha, 66% encontram-se no Sudeste, 22% no Sul, 7% no Nordeste, 4% no Centro-Oeste e 1% no Norte. A alta concentração de startups no Sudeste também significa que as maiores fontes de investimentos vão para essa região. Dos aportes realizados no Brasil desde 2018, US\$ 18 bilhões foram para São Paulo, com 2304 deals, seguido pelo Paraná com US\$ 1,6 bilhão distribuídos em 230 deals e Rio de Janeiro com US\$ 1 bilhão em 236 deals. A título de comparação, os investimentos em São Paulo foram 4,5 vezes maiores que a soma do investimento realiza-

do em todos os outros estados brasileiros juntos. Essa distribuição desigual dificulta que empresas de outros estados tenham acesso a financiamentos.

Apesar disso, muitos são os esforços empregados para mudar este cenário. A Lighthouse, gestora de venture capital, lançou um fundo de R\$ 100 milhões para investimento em startups early-stage com sede fora do Sudeste, por exemplo. Além disso, constantemente surgem grupos de investidores anjo, gestoras e fundos que têm em sua tese investimentos mais pulverizados pelo Brasil todo.

Outro grande desafio é que, embora o Brasil ainda seja líder na América Latina, ele vem caindo alguns pontos quando o assunto é ecossistema internacional de inovação. Um levantamento realizado pela StartupBlink apontou que o Brasil encontra-se hoje na 27ª posição de melhores ecossistemas do mundo. Em 2020, o país ocupava a 20ª posição. O estudo ainda aponta que, para que o país volte a subir no ranking, é necessário diminuir as taxas de juros e ter um melhor posicionamento internacional.

Concentração de startups por região
(em %)



DADOS DE INVESTIMENTO

NÚMERO DE DEALS (2019-2023):

3.471

INVESTIMENTO TOTAL RECEBIDO (2019-2023):

21,9 (US\$ BILHÕES)

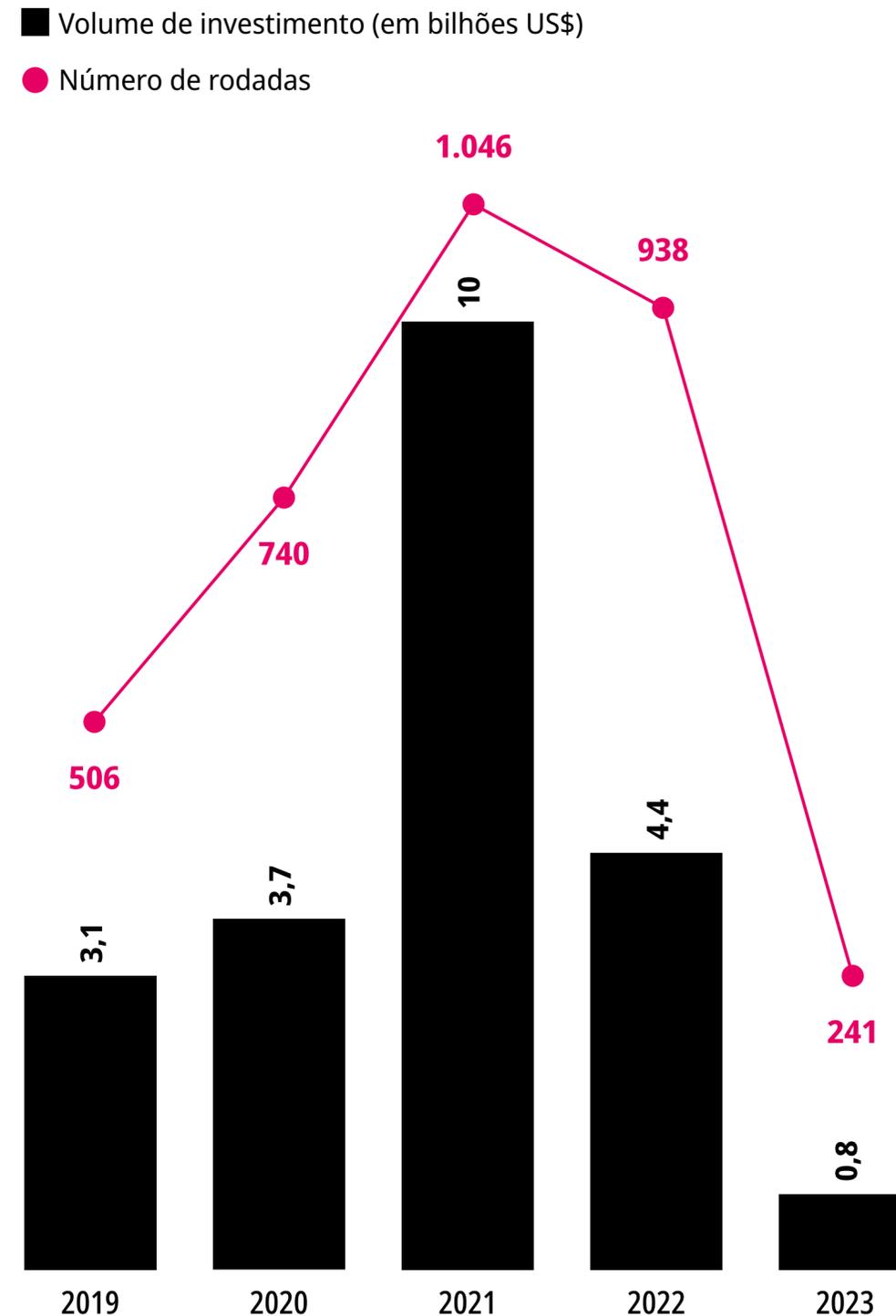
ESTÁGIO COM MAIS DEALS:

Seed 2021

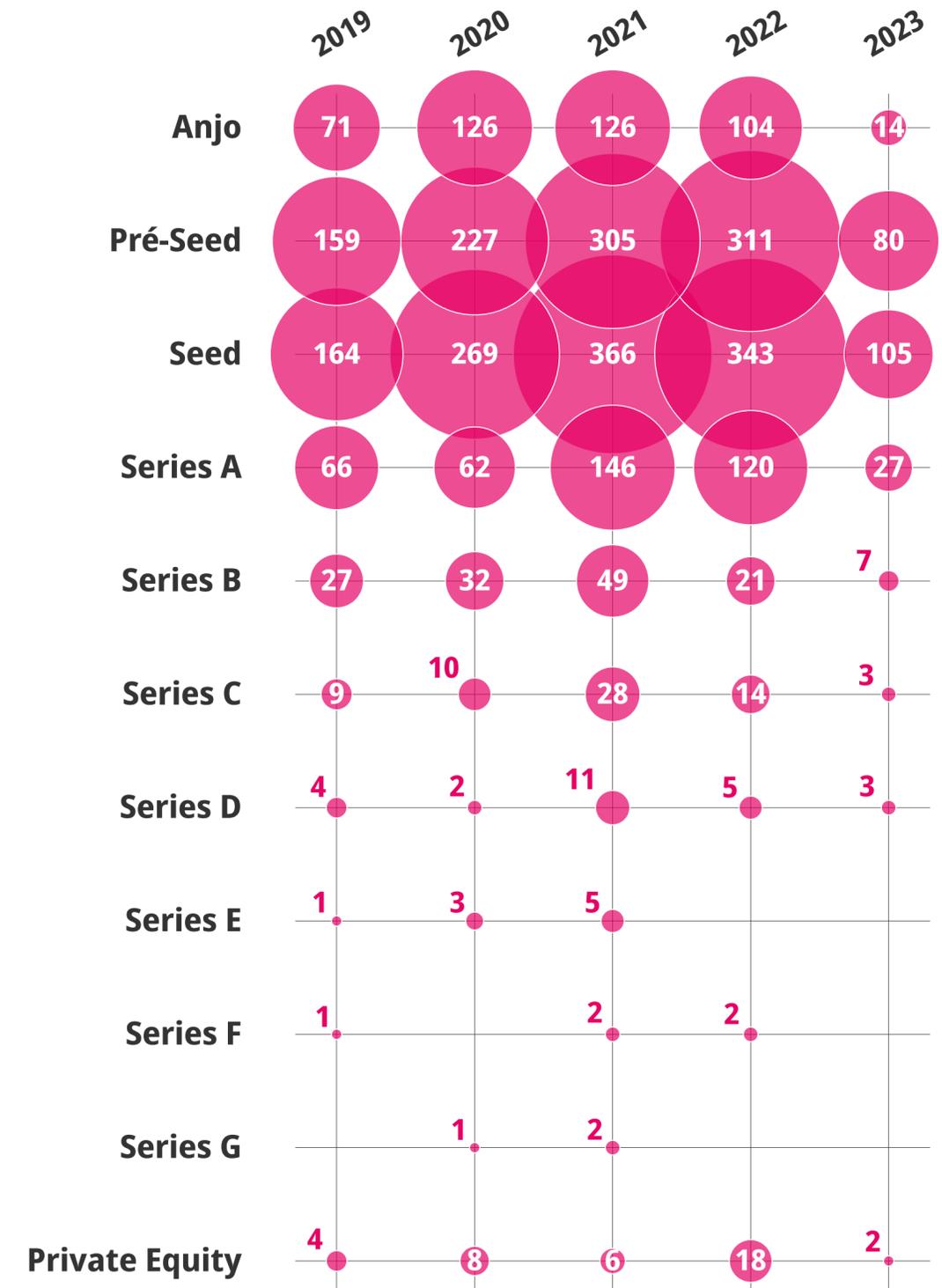
SETOR MAIS INVESTIDO EM VOLUME:

FINTECH 2021

Investimento ano a ano



Número de deals por estágio



Volume de investimento por setor

(em milhões US\$)



DESTAQUES DE INVESTIMENTO

O Brasil não só possui um mercado de Venture Capital já amadurecido em comparação com seus países vizinhos, como também representa a maior porta de entrada para capital estrangeiro da região. Isso proporcionou uma capitalização total próxima a US\$ 22 bilhões.

Podemos relacionar os picos de investimento na região aos picos de interesse de investidores internacionais na região, como Softbank, por exemplo. Ademais, o mercado nacional também teve um impulso voltado ao CVC, o que beneficiou a capitalização em setores mais específicos.

Para além das Fintechs, que possui a maior concentração de investimentos na América Latina, os investidores possuem particular interesse em Retailtech e Healthtech. Esse interesse ocorre principalmente devido às características econômicas, sociais e geográficas do Brasil, que possui uma grande malha de distribuição para expansão do varejo, além de um cenário de constante insatisfação com a saúde, o que impulsiona o surgimento de soluções tecnológicas voltadas para melhorar esses serviços.



**SERGIO FURIO**FUNDADOR
E CEO

Transformando o Mercado de Crédito na América Latina Através de Inovação

A Creditas foi criada em 2012 e, em pouco mais de 10 anos, levantou mais de US\$ 800 milhões em investimentos, se tornou unicórnio e hoje é uma das startups mais valiosas da América Latina. A que vocês atribuem esse sucesso? Quais foram as decisões que vocês consideram que foram fundamentais durante essa jornada e fizeram com que a Creditas ganhasse o tamanho e relevância que tem hoje?

A Creditas foi fundada com o maior objetivo de democratizar o acesso ao crédito no Brasil. Longe de focar nos produtos de prateleira do mercado bancário tradicional, caracterizados por alta rentabilidade, seu foco sempre foi em produtos de nicho com alto potencial, uma complexidade muito alta e em que a tecnologia pode criar uma vantagem competitiva.

Além desse foco em produtos com garantia, muito mais complexos de executar, entendemos que a jornada é longa, e depois de mais de 10 anos, seguimos acreditando que estamos só no começo de uma jornada de transformação. Esse contexto e uma cultura forte, que permite unir as pessoas em um propósito durante os altos e baixos, sempre foi essencial para seguir crescendo em tamanho e relevância.

A partir do número de clientes atendidos, do volume de crédito emitido e de outros indicadores, qual foi o impacto que isso trouxe para o mercado financeiro brasileiro?

O mercado brasileiro oferece uma das piores taxas de juros para os seus clientes e, desde a fundação da Creditas, trabalhamos para mudar essa relação entre brasileiros e crédito. Podemos falar com orgulho que hoje temos mais de R\$ 6 bilhões em carteira de crédito com juros menores ao que o brasileiro estava acostumado. Mas mais importante que isso, acreditamos que Creditas tem até hoje um papel fundamental na conscientização da população e do mercado sobre a necessidade de trabalhar juntos na criação de melhores produtos financeiros.

A Creditas possui um portfólio de produtos e soluções que vai desde concessão de créditos com garantia de imóveis até carteira de benefícios para as áreas de RH e seguros automotivos. Como vocês conseguem integrar tantas frentes e quais são os caminhos que vocês desejam seguir nos próximos anos?

Desde 2019, estamos avançando com a estratégia de negócio que vai além do crédito. Acreditamos que nosso futuro está em criar soluções completas, não só financeiras, que permitam conectar as pessoas aos seus projetos em torno de ativos que integram nossos três ecossistemas, que são muito amplos, mas acabam conversando entre si. É aqui que procuramos estreitar nosso relacionamento com o cliente, sendo a empresa que pode contar para contratar desde um empréstimo com garantia de imóvel até um seguro automotivo.

Conseguir balancear o foco com o pensamento de longo prazo é sempre uma dificuldade. Por um lado, precisamos focar em soluções específicas que resolvam o problema de nossos clientes hoje. Por outro lado, devemos enxergar um futuro que fala em termos de décadas. Nossa visão é que o cliente não quer soluções específicas, mas abrangentes, que permitam otimizar a gestão dos ativos.

Vocês estão presentes não só no Brasil, como também no México. Quais as perspectivas da companhia no mercado latino americano para os próximos anos?

O Brasil continua sendo o nosso principal mercado e é onde dedicamos grande parte de nossos recursos. Isso é importante para evitar distrações e conseguir entregar um produto de qualidade e desenvolver um modelo de negócios eficiente.

A abertura da operação no México como primeiro país de expansão de Creditas foi uma aposta de longo prazo. Criamos um time independente para atacar esse mercado e entrar em um processo de descoberta que durará alguns anos. Para contextualizar, no Brasil, estivemos durante sete anos descobrindo nossa proposta de valor antes de começar a escalar para volumes relevantes.

Chile

50

Inovação 2022
(mundial)

19

Empreendedorismo 2023
(mundial)

2,44%

Crescimento anual do PIB
de 2021 para 2022

30°

Políticas voltadas a fazer negócios 2022 *(ranking)*

26°

Políticas e cultura de empreendedorismo 2022 *(ranking)*

0,34%

Gastos com pesquisa e desenvolvimento 2019 *(% do PIB)*

19,6 milhões

População 2022

46°

Estabilidade 2022
(ranking mundial)

90%

Utilização da internet 2021 *(% da população)*

97%

Alfabetização

18%

População abaixo de 15 anos em 2022



Indicadores socioeconômicos do Chile

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023P	2024P
Atividade Econômica									
Crescimento real do PIB - %	1,8	1,4	4,0	0,7	-6,1	11,7	2,4	-0,4	1,5
PIB nominal - USD bi	253	278	295	274	255	312	302	339	361
PIB per capita - USD	13.954	15.105	15.736	14.329	13.080	15.864	15.222	16.996	17.969
Taxa de desemprego - média anual	6,7	7,0	7,4	7,2	10,8	8,9	7,9	9,0	8,6
Inflação									
IPC - % (*)	2,7	2,3	2,6	3,0	3,0	7,2	12,8	4,1	3,0
Taxa de Juros									
Taxa de política monetária - final do ano -	3,50	2,50	2,75	1,75	0,50	4,00	11,25	8,00	4,50
Balanço de Pagamentos									
CLP / USD - final de período	670	615	694	753	711	851	851	810	825
Balança comercial - USD bi	5,0	7,5	4,4	3,0	18,9	10,5	3,8	15,5	8,0
Conta corrente - % PIB	-2,6	-2,7	-4,5	-5,3	-1,9	-7,4	-9,0	-3,9	-3,8
Investimento estrangeiro direto - % PIB	4,5	1,9	2,7	5,0	4,5	5,1	6,9	5,3	4,2
Reservas internacionais - USD bi	40,5	39,0	39,9	40,7	39,2	51,3	39,1	46,0	50,0
Finanças Públicas									
Resultado primário - % do PIB (**)	-2,7	-2,8	-1,7	-2,9	-7,3	-7,6	1,1	-2,6	-2,5
Dívida pública líquida - % PIB (***)	0,9	4,4	5,7	7,9	13,4	20,1	20,5	22,4	24,3

(*) Inflação nacional para 2017 e 2018.

(**) Desde de 2016, exclui as transferências de lucros do banco central

(***) Exclui as reservas do banco central e previdência social

(****) Lebac 35 dias para 2016, Taxa Repo 7 dias para 2017, e taxa Leliq de 7 dias para 2018 e 2019.

Fonte: Banco Central, INDEC e Itaú BBA

Sobre o Chile



Dentre os diversos ecossistemas de inovação da América Latina, o Chile tem se destacado e aumentado sua relevância nos últimos anos. O Chile é líder em facilidade de negócios na região da América Latina. Com um ambiente propício, o país oferece excelentes oportunidades para a terceirização do desenvolvimento de software. Além disso, o Chile conta com um grande número de talentosos desenvolvedores, com mais de 61.000 profissionais e mais de 4.000 empresas atuando na área de serviços de software. Em 2022, somente a indústria de software chilena gerou uma receita impressionante de US\$ 1,4 bilhão.

Segundo o Global Innovation Index 2022, o Chile se destaca por possuir o sistema de inovação mais equilibrado da região. O país alcançou o primeiro lugar nos pilares de Infraestrutura (47º) e Instituições (39º). Em relação a este último, é importante mencionar que o Ambiente Regulatório (61º), a Qualidade da Legislação (31º) e a Segurança Jurídica (26º) do Chile receberam classificações relevantes no ranking.

Adicionalmente, o pilar de Capital Humano e Pesquisa (57º) conquistou uma posição privilegiada entre os países latino-americanos, principalmente devido ao percentual de matrículas no ensino superior (7º) e à Sofisticação do Mercado (46º). Destacam-se também a Disponibilidade de Crédito para o setor Privado (19º) e as Tarifas Tributárias aplicadas ao comércio internacional (5º).

Índice Global de Inovação

World Intellectual Property Organization (WIPO)



A população chilena, de acordo com estimativas do Banco Mundial em 2021, é 19,5 milhões de habitantes. O perfil demográfico do Chile mostra uma distribuição etária relativamente equilibrada. Conforme estimativas do Instituto Nacional de Estatísticas do Chile em 2021, a estrutura etária da população é composta por aproximadamente 21% de pessoas com menos de 15 anos, 66% entre 15 e 64 anos e 13% com 65 anos ou mais.

Segundo dados da ONU (2020), o Chile possui uma densidade populacional moderada, com uma média de aproximadamente 25 habitantes por quilômetro quadrado. No entanto, é importante destacar que a distribuição populacional não é uniforme em todo o território, com maior concentração nas áreas urbanas e regiões mais desenvolvidas. A capital chilena, por exemplo, concentra cerca de 6 milhões de habitantes.

O Chile tem sido reconhecido por seu histórico de crescimento econômico estável. Entre 1990 e 2019, a taxa média de crescimento anual do Produto Interno Bruto (PIB) do país foi de 3,8% (Banco Mundial). Como todos os países do mundo, o Chile sofreu, em 2020, os impactos da pandemia, mas cresceu 11,7% em 2021. A composição do PIB chileno se concentra principalmente no setor de serviços e indústria, sendo a agricultura o setor mais fraco da economia chilena. Segundo o Banco Mundial, o setor de serviços foi responsável por 54,6% do PIB em 2021, enquanto Indústria e Agricultura corresponderam, respectivamente, a 31,7% e 3,3%.

O setor de serviços ganhou mais força nos últimos anos com o processo de digitalização da população e desenvolvimento das comunicação e tecnologia da informação.

Em comparação ao nível de Produto Interno Bruto (PIB), o Chile ocupa, em 2021, a quarta posição em representatividade na América Latina.

O sistema financeiro chileno é sólido e bem desenvolvido. Os bancos no país desempenham um papel fundamental no financiamento de projetos e no fornecimento de serviços financeiros às empresas e aos indivíduos.

O país possui diversidade em sua base de produtos exportados. Entre os principais itens, estão aqueles vindos de mineração e agropecuária como cobre, frutas, produtos florestais, peixes e frutos do mar, vinhos e produtos químicos. De acordo com o Banco Central do Chile, as exportações totais do país atingiram US\$ 98,5 bilhões em 2022.



O mercado de trabalho chileno apresenta uma taxa de desemprego de 8,5% em 2023, de acordo com o Instituto Nacional de Estatísticas (INE). Além disso, a taxa de informalidade no emprego também é uma preocupação, afetando principalmente os setores mais vulneráveis da população.

Na educação, 88% daqueles com idades entre 25 e 34 anos possuem um diploma de ensino médio ou equivalente, superando a média da OCDE de 82%. E, de acordo com o Sistema de Informações de Educação Superior, em 2022 a população universitária chegará a 1.301.925 alunos.

Em relação à duração média dos estudos, os chilenos podem esperar estudar por aproximadamente 16,4 anos entre as idades de 5 e 39 anos, o que é um pouco inferior à média da OCDE, que é de 17,7 anos.

A taxa de pobreza também é um indicador importante para analisar o contexto socioeconômico. De acordo com a pesquisa Casen do Ministério do Desenvolvimento Social do Chile, em 2020, a taxa de pobreza no país foi de 10,8%. Um aumento em relação ao ano anterior impulsionado pela pandemia. O Chile também enfrenta desafios significativos em relação à desigualdade de renda. Segundo dados do Banco Mundial de 2021, o coeficiente de Gini, que mede a desigualdade de renda (sendo 0 igual a total igualdade e 1 igual a total desigualdade), era de 0,44 no Chile em 2020, abaixo de países como Brasil, México e Colômbia.



PANORAMA CHILE

NÚMERO DE STARTUPS:

1.092

MODELO DE NEGÓCIO PREDOMINANTE:

SaaS (44,2%)

PÚBLICO ALVO PREDOMINANTE:

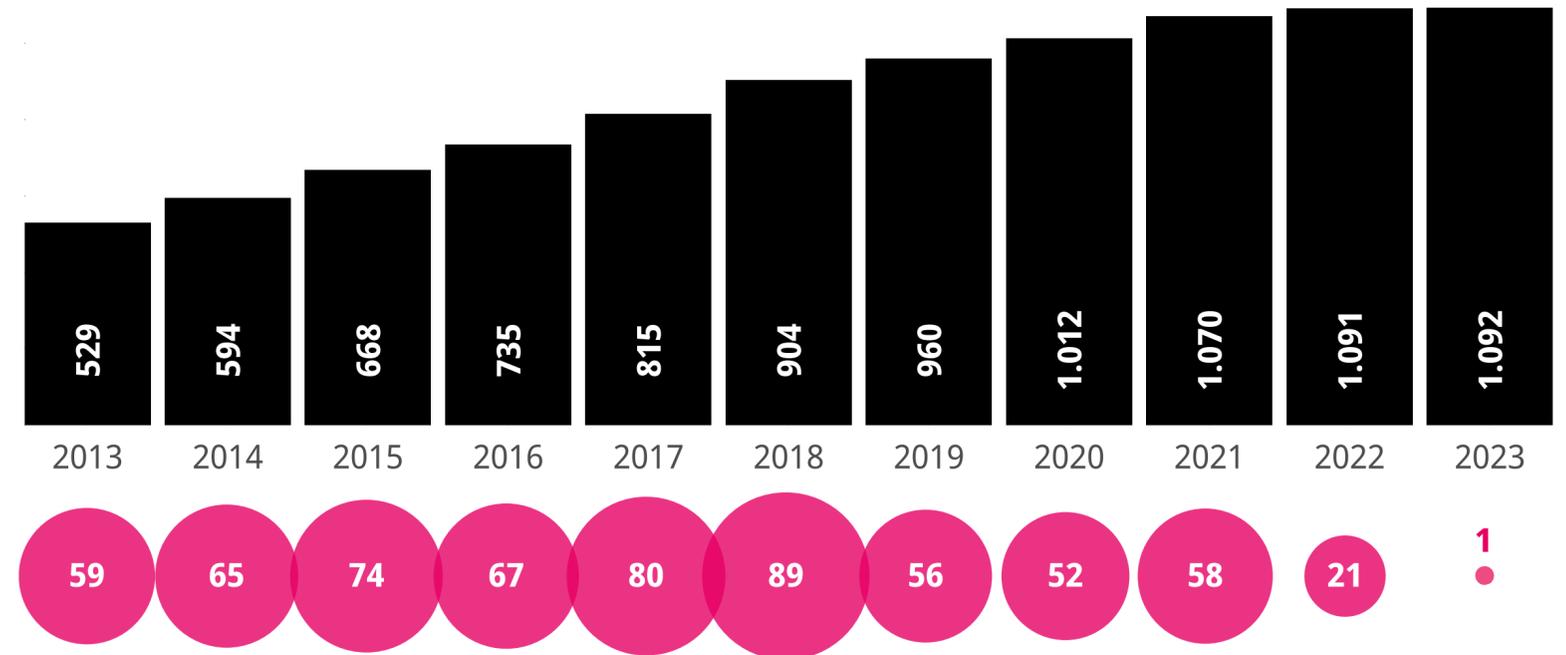
B2B (50,3%)

SETOR PREDOMINANTE:

FINTECH (11,3%)

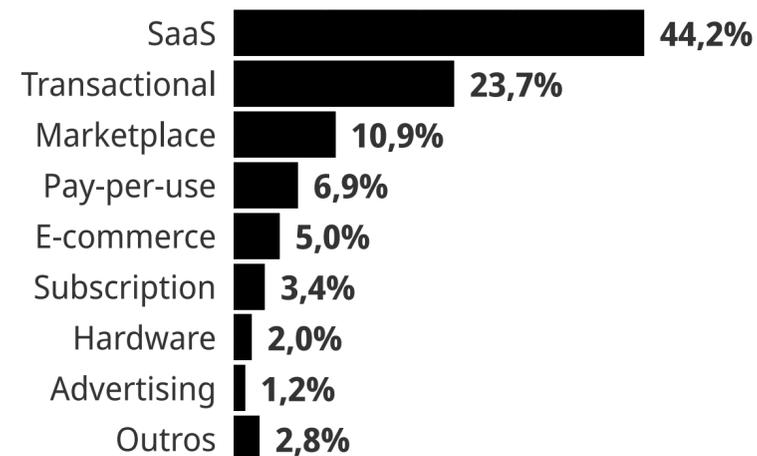
Fundação de startups

■ Número de startups acumulado
● Número de startups fundadas no ano



Modelo de negócio

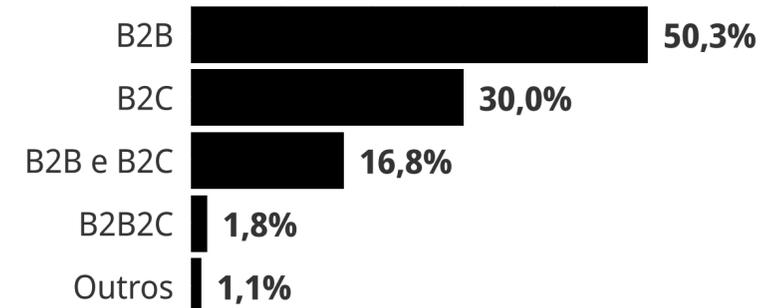
(em %)



*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

Público-alvo

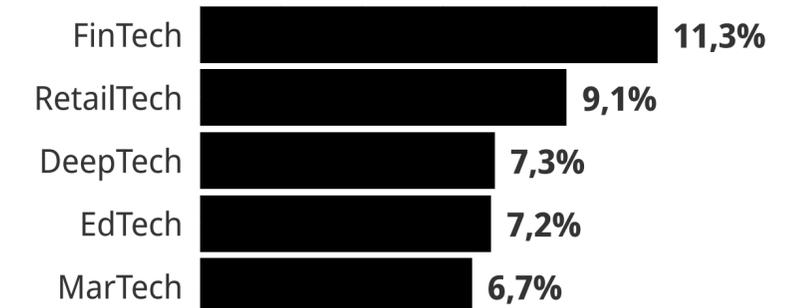
(em %)



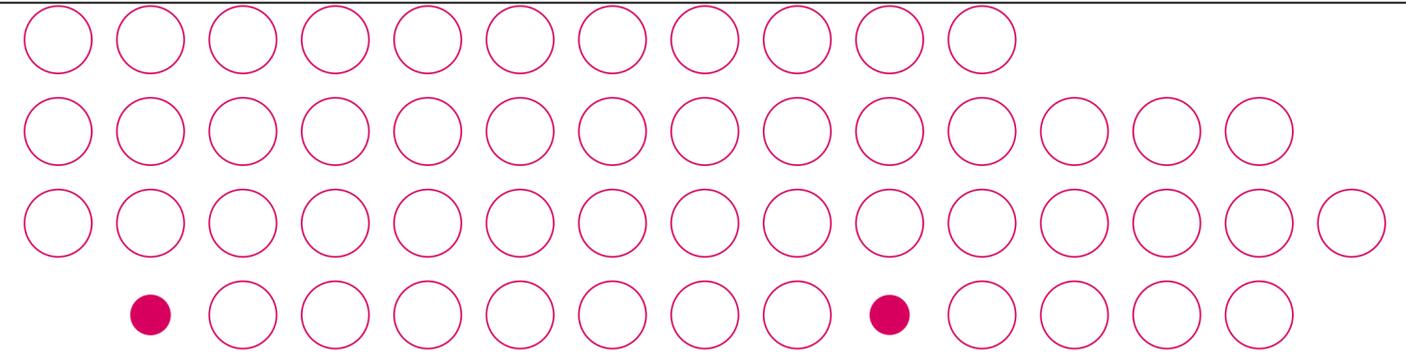
*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

Top 5 setores

(em %)



O ecossistema chileno de startups



O ecossistema de startups e cultura de inovação tem sido impulsionado nos últimos anos por diversos fatores. Isso trouxe resultados notáveis quando analisado o Índice de Inovação Global de 2022, onde o Chile lidera a América Latina. Segundo o relatório divulgado pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), o Chile se destacou pela força de suas instituições, obtendo melhores resultados do que outros países da região em termos de qualidade de seus assuntos regulatórios. A edição deste ano também avaliou positivamente a porcentagem de estudantes que completam o ensino médio e entram na universidade.

Um dos benefícios dessa articulação é que ela reverbera no surgimento de novas startups e mais investimento em Venture Capital no país. Os primeiros registros do ecossistema de startups chilenas são do início do século, mas esse processo foi acelerado com o surgimento da Start-Up Chile em 2010. Esse programa visa atrair empreendedores de todo o mundo para desenvolverem suas startups no país, fornecendo-lhes financiamento e apoio. O Start-Up Chile ajudou a impulsionar a criação de novas empresas e a atrair talentos internacionais para o ecossistema. Seu portfólio está atualmente avaliado em US\$ 2,1 bilhões.

Além do Start-Up Chile, que apoiou de 2010 a 2015, 1.200 startups e 3.000 empreendedores, em 2019, o país tinha mais de 15 progra-

mas de incubação e 25 espaços de coworking espalhados, segundo a Corporação de Fomento à Produção (CORFO). Mas um dos diferenciais do startup Chile é que a maioria dos negócios apoiados se localizam na capital, Santiago.

Contudo, apesar do governo possuir uma enorme contribuição para o desenvolvimento do ecossistema de startups no Chile, existem também movimentos importantes no setor privado. Algumas operações de Exit podem elucidar isso como por exemplo a aquisição da ClanDescuento pela Groupon em 2010; Portalinmobiliario que foi adquirida pelo MercadoLivre em 2014; Mapcity Geo, adquirida pela Equifax em 2017; e a Cornershop, comprada pela Uber em 2019, consolidaram a posição de Santiago do Chile no mapa global de startups – mesmo que a cidade fique atrás de outras na região.

De acordo com dados do Distrito, hoje o Chile conta com 1.092 startups em todo o país, sendo 894 na capital, Santiago. De 2018 a 2023 esse número cresceu 20,7% sendo impulsionado principalmente pelas fintechs, proptechs e retailtechs.

No Chile, temos a maior concentração de startups no setor financeiro com um total de 121 empresas, o que representa 11,30% do mercado. Essas empresas se concentram em diversas áreas de so-

luções financeiras, mas majoritariamente em banco digital, pagamento, gerenciamento de riscos e gestão financeira. Fintual, XepeLin, Destacame e Creditú são algumas fintechs destaques do país.

O varejo no Chile é relativamente sofisticado, e já tem histórias de sucesso para compartilhar, como a aquisição da Cornershop pela Uber em 2019. A Câmara de Comércio de Santiago projeta que vendas por e-commerce chegarão a US\$ 12,6 bilhões, 5% acima de 2021, e responderão por 12% de todas as vendas do varejo chileno. Isso atrai o interesse de startups para esse setor. Essas empresas estão explorando a tecnologia para transformar o varejo, criando soluções que melhoram a experiência do consumidor, otimizam a cadeia de suprimentos, impulsionam a personalização e aprimoram a eficiência operacional das empresas do setor. Cornershop e Teamcore são algumas varejistas destaques do país.

O setor DeepTech é outro setor de grande relevância no Chile, com 78 startups, correspondendo a 7,28% do mercado. Essas empresas estão focadas em tecnologias avançadas, como inteligência artificial, aprendizado de máquina, robótica e ciência dos materiais. O Chile produziu um interessante case de deeptech de aplicação ambiental, a NotCo, que busca reduzir o impacto ambiental da indústria alimentícia com produtos desenvolvidos com inteligência artificial. As deeptechs impulsionam a inovação de alto impacto e tem potencial para transformar diversos aspectos da sociedade e da economia chilena.

O setor de Edtech possui uma enorme relevância na América Latina e no Chile. De acordo com o relatório do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) sobre 'Tecnologia educacional na América Latina' publicado em 2021, a educação na região enfrenta a pior crise socioeconômica em mais de um século e é um dos sistemas educacionais com pior desempenho do mundo. Nesse contexto, o mercado de tecnologia para educação possui o grande potencial para mudar essa realidade

Com 77 empresas, corresponde a 7,19% do mercado de startups no Chile. Essas startups estão revolucionando a educação, utilizando tecnologia para melhorar o acesso, a qualidade e a eficácia do ensino. Elas desenvolvem plataformas e aplicativos para aprendizado online, ferramentas de gestão escolar, soluções de realidade virtual e muito mais. As edtechs chilenas estão transformando a maneira como as pessoas aprendem, capacitando estudantes e profissionais em todo o país.



DADOS DE INVESTIMENTO

NÚMERO DE DEALS (2019-2023):

323

INVESTIMENTO TOTAL RECEBIDO (2019-2023):

1,45 (US\$ BILHÕES)

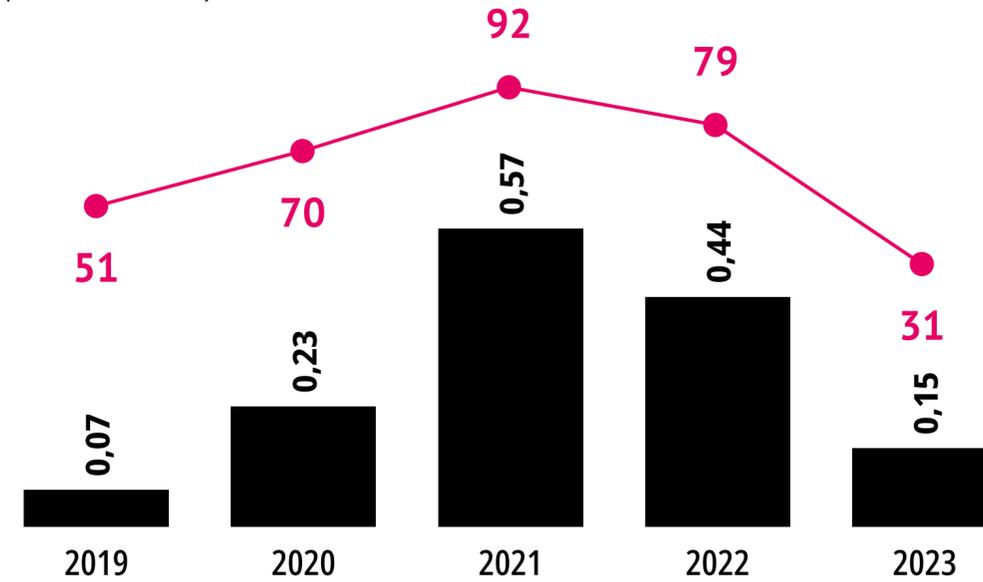
ESTÁGIO COM MAIS DEALS:

Seed 2021

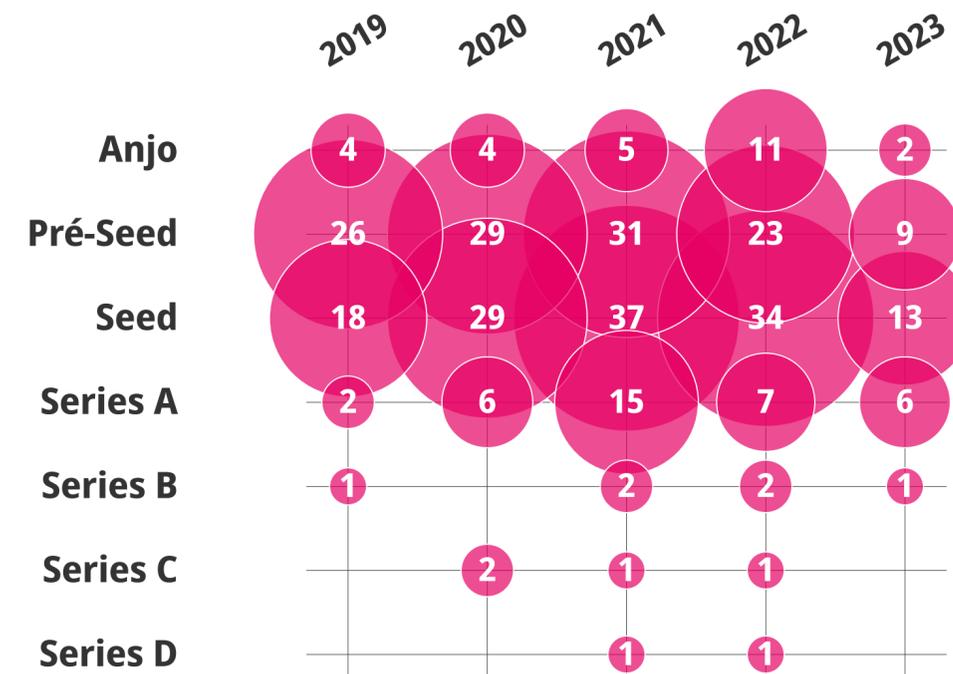
SETOR MAIS INVESTIDO EM VOLUME:

FINTECH 2021

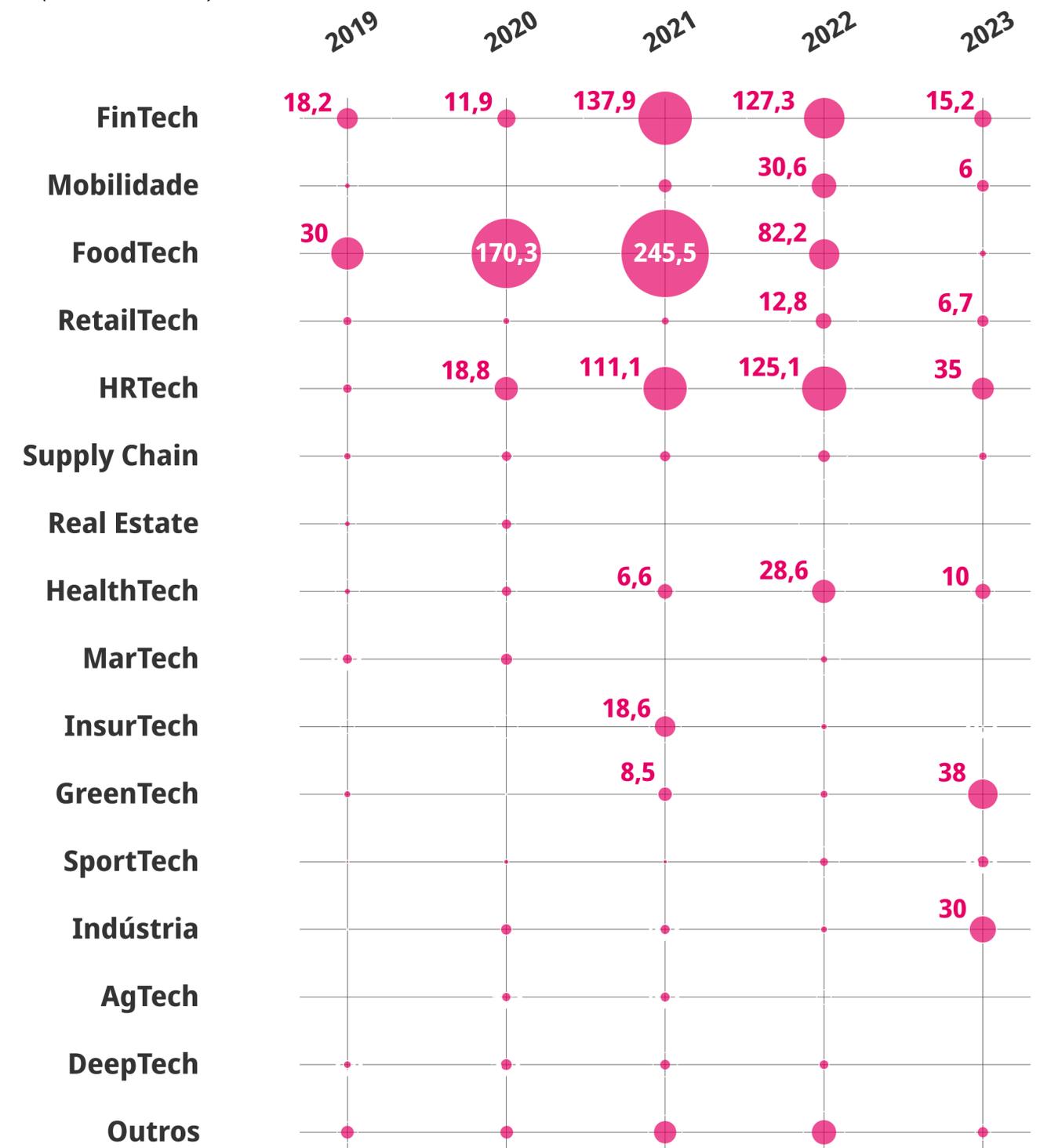
Investimento ano a ano (US\$ bilhões)



Número de deals por estágio



Volume de investimento por setor (US\$ milhões)



DESTAQUES DE INVESTIMENTO

Durante anos, as startups de Santiago enfrentaram dificuldades devido à falta de fundos de capital de risco. No entanto, o cenário atual é radicalmente diferente. A capital chilena agora abriga mais de 40 fundos de capital de risco, além de escritórios familiares e corporativos, desempenhando um papel vital no apoio ao empreendedorismo no país.

Santiago se destaca como o principal player em termos de financiamento de capital de risco e concentração de startups no Chile. De acordo com o Distrito, o investimento em Venture Capital na região cresceu cerca de 542,8% entre 2019 e 2022, atingindo US\$ 570,9 milhões em 2021, seu pico. Nos primeiros seis meses de 2023 as empresas chilenas já haviam levantado US\$ 146 milhões. O montante total de financiamento levantado por startups em todo o Chile em 2022 foi de US\$ 437,3 milhões.



CASE • BETTERFLY

BETTERFLY **NOME:** Betterfly**ANO DE FUNDAÇÃO:** 2017**LOCALIZAÇÃO:** Chile**SITE:** betterfly.com/es-cl**2,4 milhões**
de horas de exercício**740 mil**
sessões de meditação**Nasce uma ideia**

No final de 2017, o empreendedor e triatleta de ironman Eduardo della Maggiora conta que uma ideia 'louca' surgiu em sua mente: "E se pudéssemos "converter"; as calorias queimadas durante os exercícios físicos em calorias de alimentos para crianças carentes? E se pudéssemos usar a tecnologia e o poder do propósito para inspirar as pessoas a melhorarem seu bem-estar? E se pudéssemos capacitar as pessoas para causar impacto e proteger suas famílias apenas vivendo suas melhores vidas?"

Em março de 2018, della Maggiora lançou o primeiro produto mínimo viável (MVP) a partir dessa sua ideia "louca", com o "desafio de 30 dias" para conversão das calorias dos exercícios em calorias de alimentos, por meio do patrocínio de algumas marcas.

O MVP foi um sucesso, com mais de 10 marcas patrocinando o desafio. Após 30 dias e com zero dólares gastos em marketing, della Maggiora conseguiu se conectar a mais de 50 mil pessoas, que queimaram; 75 milhões de calorias convertidas em 75 milhões de calorias de alimentos,

fornecendo alimentação vital a mil crianças que sofriam de desnutrição grave no Haiti.

A partir daquele primeiro MVP, della Maggiora ficou obcecado em resolver um problema relacionado à sua jornada pessoal e experiência profissional. Ele se apaixonou pelo problema, não pela solução, e deu muitas voltas antes de a Betterfly - nome adotado em 2020 - se tornar um negócio escalável.

O nome Betterfly surgiu sob a inspiração do Efeito Borboleta, onde um movimento simples e repetido pode levar a uma grande transformação no tempo. Desde a fundação da Betterfly foi tomada a decisão de ser uma empresa diferente, centrada em Pessoas e Propósito. Nosso objetivo é servir de modelo e inspirar outras empresas a seguirem esse propósito.

O que é a Betterfly?

A Betterfly é a carteira de benefícios mais flexível e mais completa do mercado, disponibilizada no modelo B2B2C. Por meio de uma assinatura

mensal, de valor bem acessível (US\$4), os colaboradores têm, de forma 100% digital, uma série de produtos e serviços, como telemedicina, tele-nutrição, psicologia e treinamento físico online, entre outros. Tudo "à distância de um clique". E quanto mais usam o aplicativo, mais doações sociais podem fazer a uma das ONGs parceiras.

Em vez de fazer com que os empregadores selecionem uma série de benefícios a cada ano e esperar que eles deixem os funcionários felizes, colocamos a escolha nas mãos dos colaboradores com uma solução simples e fácil de usar.

A solução oferece, ainda, um seguro dinâmico, cuja cobertura aumenta diariamente, sem nenhum custo, também a partir da adoção de bons hábitos. Algo inovador e disruptivo no mundo dos seguros, sem a necessidade de exames prévios. O usuário acompanha diariamente, na palma das mãos, o incremento do valor segurado. Inspiramos, incentivamos e engajamos equipes por meio da gamificação e desafios em grupo para obter impacto coletivo.

26 milhões
de ações positivas

3,7 milhões
de doações

bilhões
de dólares
em cobertura de seguros
até o momento

A consolidação de um sonho

Em junho de 2021, a startup chilena se tornou a Insurtech latinoamericana com maior avaliação, após a rodada de investimentos em série B atingir US\$60 milhões de dólares. Participaram fundos como SoftBank, QED Investors, DST Partners, Valor Capital e Endeavor Catalyst. Na ocasião, anunciou o início da expansão internacional, a começar pelo Brasil e, na sequência, alianças com grandes seguradoras como Chubb e Icatu.

Em fevereiro de 2022, tornou-se o primeiro unicórnio social da América Latina, com avaliação em US\$ 1 bilhão, após investimento de US\$ 125 milhões em Série C.

Em julho de 2022, a empresa anunciou sua expansão para a Espanha e sua entrada no mercado de benefícios flexíveis com a aquisição da fintech Flexoh. Também se comprometeu a ser neutra em carbono até 2030.

Em novembro de 2022, a Betterfly adquiriu a SeuVale, no Brasil, e tornou-se um SaaS (softwa-

re as a service), ou seja, uma plataforma modular de benefícios.

Em março de 2023, lançou o Betterfly Legacy, por meio do qual as ONGs que recebem doações por meio da sua plataforma se tornam potenciais acionistas da empresa com a entrega das Social Impact Stock Units.

Hoje, a Betterfly é a maior Insurtech da América Latina, com operações em sete países e mais de 5 mil clientes corporativos em todo o mundo.

Perspectivas futuras da empresa e do mercado

Queremos acelerar o crescimento em direção à Europa, Estados Unidos e, eventualmente, ao Sudeste Asiático, até 2024 e 2025, antecipando um plano traçado para 2027 em diante.

Estamos preparando a Betterfly não apenas para ser uma empresa latino-americana, mas para operar em 60 países até o primeiro trimestre do próximo ano, ou seja, teremos um software e uma

infraestrutura tecnológica para podermos operar em diferentes mercados quando decidirmos. Estamos totalmente focados em tornar a Betterfly uma empresa global de benefícios.

Nossa solução de benefícios atende empresas de todos os portes: desde uma PME com cinco pessoas e uma empresa com 20 mil funcionários. O mercado de PME é um nicho que valoriza muito a solução, já que a maioria desses colaboradores nunca teve acesso a vários dos produtos que a Betterfly entrega.

Hoje, os nossos clientes PME representam cerca de 50% das nossas receitas. Mas a projeção é de que em dois anos entre 70% e 80% venham desse segmento, e o restante de grandes empresas. Nosso sonho é chegar a 2030 com 300 milhões de pessoas usando o Betterfly. Sonhamos grande, pois, como diz o nosso CEO, “sonhar grande dá o mesmo trabalho que sonhar pequeno”.

Colômbia

63

Inovação 2022
(mundial)

38°

Políticas e cultura de empreendedorismo 2022 *(ranking)*

73%

Utilização da internet 2021 *(% da população)*

47

Empreendedorismo 2023
(mundial)

0,29%

Gastos com pesquisa e desenvolvimento 2019 *(% do PIB)*

96%

Alfabetização

7,50%

Crescimento anual do PIB
de 2021 para 2022

51,8 milhões

População 2022

21%

População abaixo de 15 anos em 2022

79°

Políticas voltadas a fazer negócios 2022 *(ranking)*

87°

Estabilidade 2022
(ranking mundial)

Indicadores socioeconômicos da Colômbia

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023P	2024P
Atividade Econômica									
Crescimento real do PIB - %	2,1	1,4	2,6	3,2	-7,3	11,0	7,3	1,3	1,4
PIB nominal - USD bi	282	311	334	323	270	322	344	363	402
PIB per capita - USD	5.791	6.308	6.704	6.411	5.308	6.271	6.632	6.953	7.638
Taxa de desemprego - média anual	9,2	9,4	9,7	10,5	16,1	13,7	11,2	11,5	11,6
Inflação									
IPC - % (*)	5,8	4,1	3,2	3,8	1,6	5,6	13,1	9,5	4,8
Taxa de Juros									
Taxa de política monetária - final do ano -	7,50	4,75	4,25	4,25	1,75	3,00	12,00	13,25	7,50
Balanço de Pagamentos									
COP / USD - final de período	3002	2932	3254	3287	3428	4070	4850	4400	4600
Balança comercial - USD bi	-11,1	-6,0	-7,0	-10,8	-10,1	-15,3	-14,3	-9,0	-5,5
Conta corrente - % PIB	-4,5	-3,5	-4,2	-4,6	-3,4	-5,6	-6,2	-4,4	-3,7
Investimento estrangeiro direto - % PIB	4,9	4,4	3,4	4,3	2,8	3,0	4,9	3,7	3,2
Reservas internacionais - USD bi	46,7	47,6	48,4	53,2	59,0	58,0	56,7	56,0	58,0
Finanças Públicas									
Resultado nominal do gov. central - % do PIB	-4,0	-3,7	-3,1	-2,5	-7,8	-7,0	-5,3	-4,3	-4,5
Dívida pública bruta do gov. central - % do PIB *	45,6	46,4	49,3	50,3	65,1	63,0	60,9	57,6	59,6

(*) Inflação nacional para 2017 e 2018.

(**) Desde de 2016, exclui as transferências de lucros do banco central

(***) Exclui as reservas do banco central e previdência social

(****) Lebac 35 dias para 2016, Taxa Repo 7 dias para 2017, e taxa Leliq de 7 dias para 2018 e 2019.

Fonte: Banco Central, INDEC e Itaú BBA

* Diferente dos demais países destaque, no caso da Colômbia a informação disponibilizada foi a "Dívida pública bruta do governo central - % do PIB" no lugar da "Dívida pública líquida - % do PIB"

Sobre a Colômbia

Sendo o polo com a quarta maior concentração de startups da América Latina, a Colômbia é também a quarta maior economia da região e representa quase 0,34% do PIB mundial, segundo o FMI, além de ter uma das economias mais estáveis da região ao longo das décadas. Em termos populacionais, é a terceira maior com um número total de habitantes que gira em torno de 51,5 milhões. De território, ocupa 1.141.749 km², o que a coloca como o 26º maior país do mundo, em termos de comparação isso é perto de 13% do território do Brasil (maior país da América Latina).

A Colômbia é um país que majoritariamente é formado por micro e pequenas empresas, as quais representam 90% das empresas existentes no país e empregam 80% da mão de obra colombiana. Segundo o Doing Business 2020, em uma análise com 190 países, a Colômbia fica na 95ª posição como melhor país para abrir

novas empresas, ficando atrás apenas do Chile (57ª), ao olharmos para os 5 países destacados neste material. Do ponto de vista de facilidade para obtenção de crédito, essencial para obter recursos para construção e crescimento de novos negócios, ficou na 11ª posição mundial juntamente com o México. A maior parte da população empregada do país fica concentrado no setor de comércio com 26,8%.

O país também se destaca como rota do comércio internacional. Além de fazer fronteira com alguns países, é o único da América Latina que possui 2 costas, a do mar do Caribe e a do Oceano Pacífico. Cerca de 98,4% das importações que chegam ao país vem por vias marítimas. Nas exportações, em 2021, os EUA foi o principal destino com 28% do total, seguidos por China, Panamá, Brasil e Equador, com, respectivamente, 9%, 6%, 5% e 4%.

Com a pandemia, a Colômbia viu suas taxas de pobreza e desemprego dispararem, mas que têm sido reduzidas conforme os efeitos pandêmicos vem se dissipando. Entretanto, dados de 2021 mostram que pouco mais da metade (50,4%) dos jovens (de 0 a 14 anos) vivem em situação de pobreza. Em termos educacionais, a taxa de alfabetização de pessoas entre 15 a 24 anos é de 99% e os gastos públicos com educação representam 5,2% do PIB.

PANORAMA COLÔMBIA

NÚMERO DE STARTUPS:

1.315

MODELO DE NEGÓCIO PREDOMINANTE:

SaaS (31,7%)

PÚBLICO ALVO PREDOMINANTE:

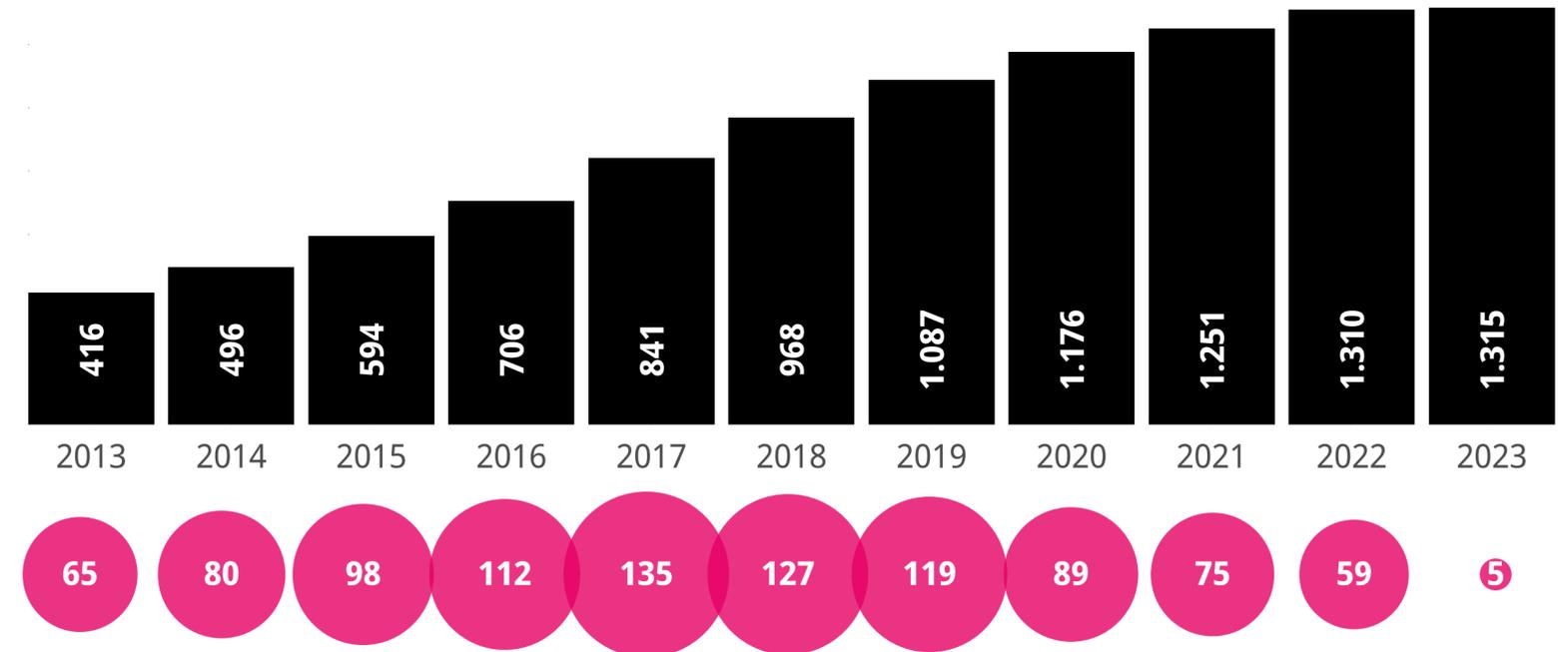
B2B (50,4%)

SETOR PREDOMINANTE:

FINTECH (16,4%)

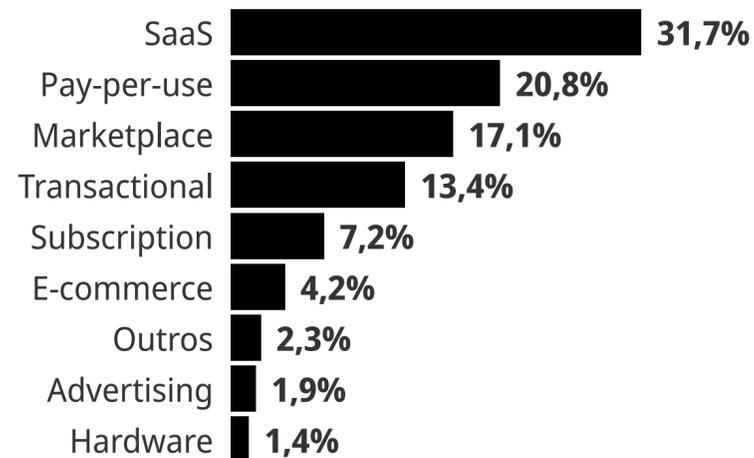
Fundação de startups

■ Número de startups acumulado
● Número de startups fundadas no ano



Modelo de negócio

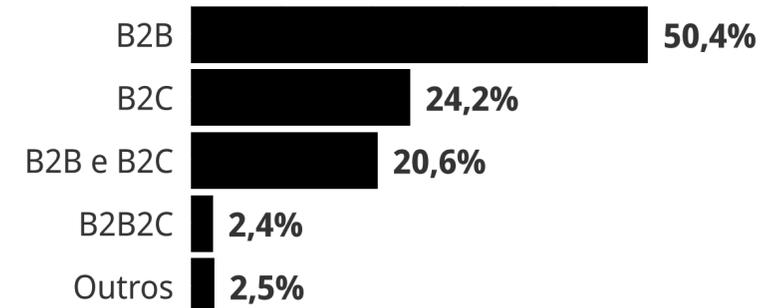
(em %)



*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

Público-alvo

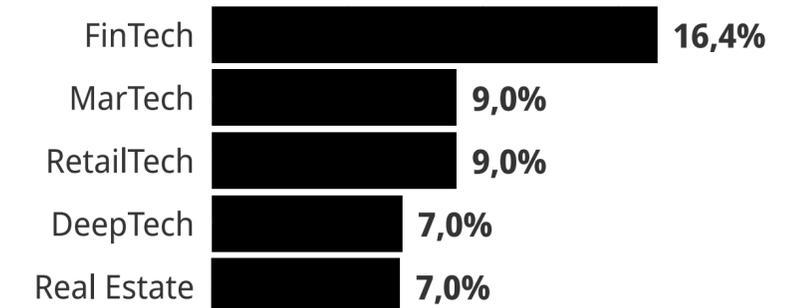
(em %)



*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

Top 5 setores

(em %)



O ecossistema colombiano de startups

De acordo com o Índice Global de Inovação 2022, divulgado pela World Intellectual Property Organization (WIPO), a Colômbia ficou em 4º lugar na América Latina entre os países com maior atuação na inovação. Os 3 primeiros colocados foram Chile, Brasil e México, respectivamente. Isso se deve a esforços de instituições governamentais, que promoveram novas regulações, como a lei de empreendedorismo de 2020, e não governamentais, a partir de empresas, como as startups, por exemplo, que inovam e favorecem demais companhias e a comunidade da região.

Como mostra nossas estatísticas gerais, Fintech, Martech e Retailtech são os 3 maiores setores da região. Ao todo, esses 3 setores em conjunto representam mais de 1/3 das 1315 startups do país. Não é grande surpresa que Fintech seja o maior setor, dado que a tendência da América Latina é que este seja o setor com maior concentração. Alguns motivos como população desbancarizada, conforme citado no contexto da região, explicam a força do setor.

Já Retailtech pode ter sido favorecido pelo posicionamento geográfico de rota comercial da região. Enquanto isso, Martech é um setor muito conectado com o varejo, por isso sua relevância.

Sobre modelo de negócio, as startups colombianas focam principalmente em SaaS, com mais de 31% de todas as startups dentro desse modelo e, em seguida, no modelo Pay-per-use (pagamento por uso), diferentemente do agregado da América Latina, cujo segundo modelo de negócio mais forte é o transactional. Do ponto de vista de público-alvo mais de 50% de todas as startups estão exclusivamente no segmento B2B.

Por fim, cabe destacar que grande parte das startups da Colômbia foram fundadas majoritariamente de 2013 para frente, com o pico de fundações observado no ano de 2017.



DADOS DE INVESTIMENTO

NÚMERO DE DEALS (2019-2023):

470

INVESTIMENTO TOTAL RECEBIDO (2019-2023):

4,70 (US\$ BILHÕES)

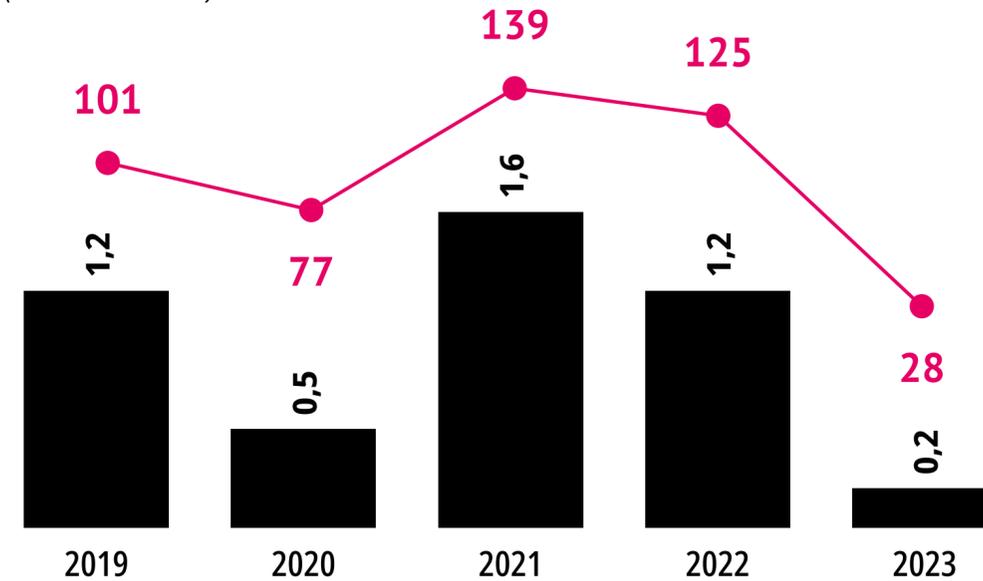
ESTÁGIO COM MAIS DEALS:

Seed 2019

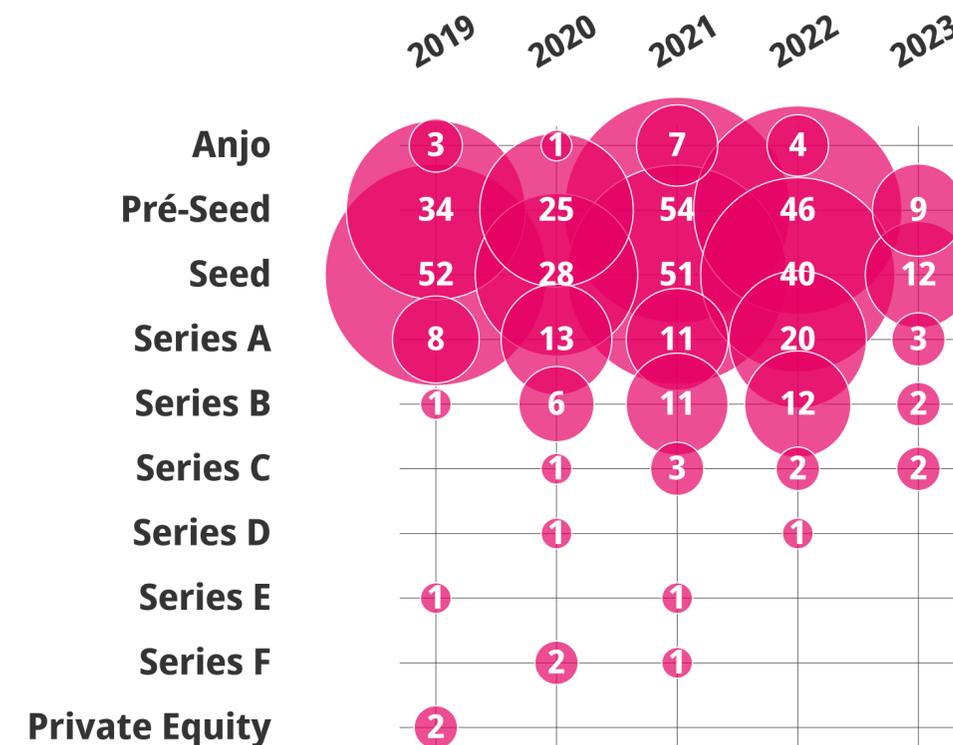
SETOR MAIS INVESTIDO EM VOLUME:

RETAILTECH 2019

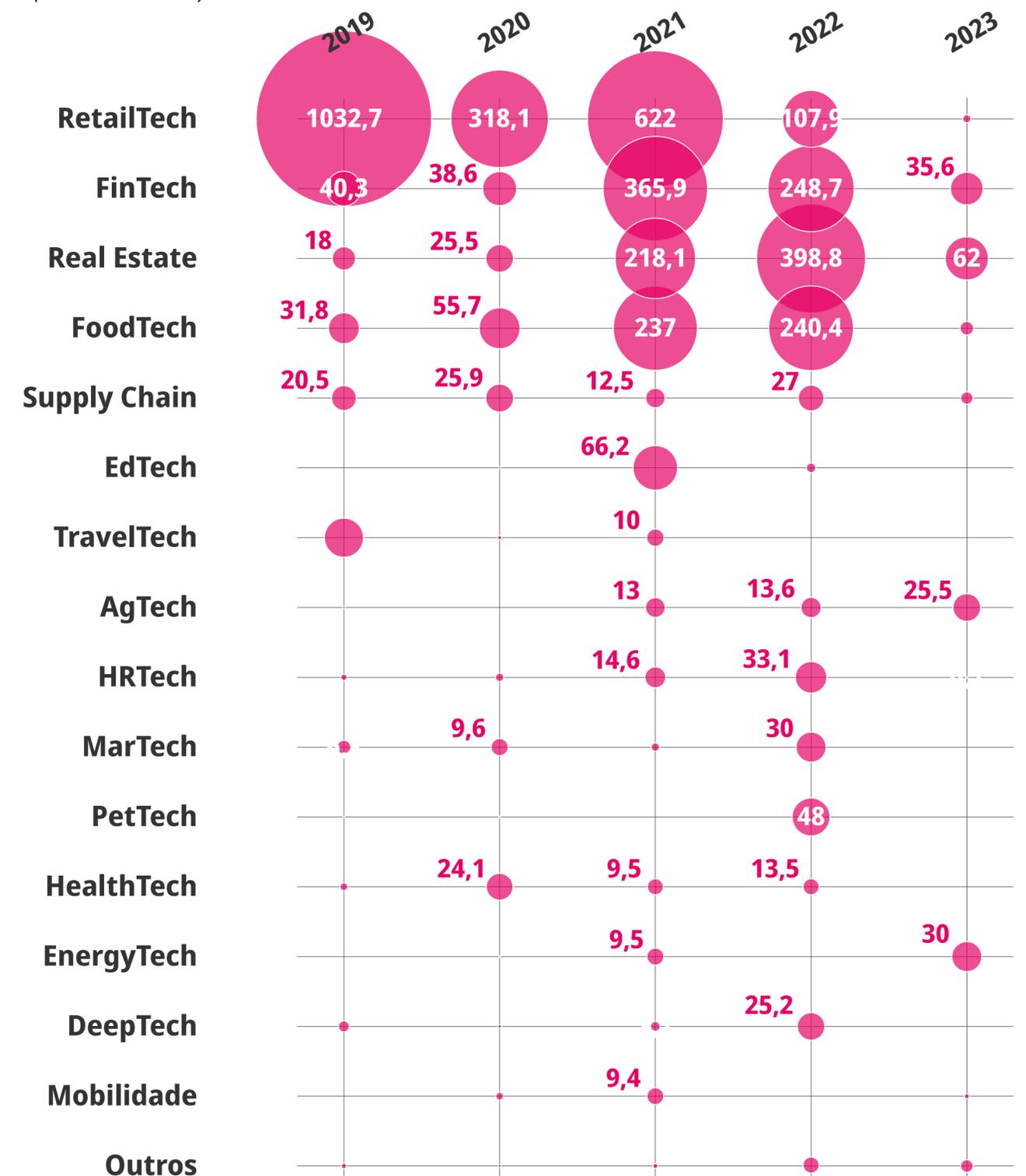
Investimento ano a ano (US\$ bilhões)



Número de deals por estágio



Volume de investimento por setor (US\$ milhões)



DESTAQUES DE INVESTIMENTO

Ao contabilizar o montante de recurso recebido, no total, as startups colombianas captaram mais de US\$ 4,7 bilhões entre 2019 e 2023. Dentro desse valor, alguns setores se destacaram recebendo mais investimentos.

O setor que mais captou recursos no período analisado foi Retailtech, com mais de US\$ 2 bilhões (cerca de 44,5% de todo o investimento captado). Fintech vem logo em seguida, com US\$ 727,1 milhões e Real Estate ocupa o terceiro lugar, com US\$ 722 milhões recebidos. O volume de investimento mapeado em Retailtech e Real Estate são elevados principalmente devido às startups unicórnios presentes no país. A Rappi, startup focada em delivery de restaurante direto para o consumidor, se situa no setor de Retailtech, enquanto a Habi, cujo case é detalhado mais a frente, é do setor de Real Estate. Ambas empresas captaram um alto volume e contribuíram para o aumento do valor total recebido por seus setores.

O ano em que a Colômbia mais captou recursos em Venture Capital foi o ano de 2021, período recorde em investimentos na modalidade também no resto do mundo. Para o ecossistema colombiano foram destinados US\$ 1,6 bilhão. No entanto, observamos que, apesar de 2022 ter sido um ano de baixa para os investimentos em Venture Capital, a Colômbia apresentou um volume de investimento de US\$ 1,2 bilhão mostrando a força das startups de seu ecossistema.



CASE • HABI



NOME: Habi

ANO DE FUNDAÇÃO: 2019

LOCALIZAÇÃO: Colômbia

SITE: habi.co/

30.000

famílias impactadas
positivamente na América Latina

15 cidades

no México e na Colômbia

10 dias

em média para vender uma casa

A história da Habi começou há alguns anos quando Brynne, um dos seus fundadores, estava planejando se mudar para a Colômbia, “Eu estava nos Estados Unidos e só pude começar a procurar uma casa quando estava na Colômbia. Quando cheguei, encontrei mais dificuldades, por exemplo, não havia clareza sobre o que estava em oferta e ainda menos sobre o preço certo a pagar. Essa experiência, minha experiência e meu gosto pelo setor imobiliário e a expertise em empreendedorismo e tecnologia do meu parceiro Sebastián, deram origem à ideia da Habi, que busca fornecer liquidez, informação e transparência aos latino-americanos para capacitá-los na mais importante decisão financeira de suas vidas”, explicou Brynne McNulty Rojas, co-fundadora e CEO da Habi.

A Habi, o segundo unicórnio da Colômbia, é a principal empresa imobiliária residencial de língua espanhola na América Latina com a missão de desbloquear o acesso à liquidez e informações para as famílias latino-americanas. A abordagem orientada por dados da Habi permite que ela ofe-

reça uma variedade de produtos e serviços - incluindo fabricante de mercado, corretagem, serviços financeiros, mercado e uma ferramenta de avaliação de imóveis.

Até o momento, **a companhia impactou positivamente os processos de compra e venda de imóveis para mais de 30.000 famílias na América Latina** e está construindo a infraestrutura digital para apoiar um mercado imobiliário residencial eficiente na região, com o objetivo de capacitar famílias nas decisões financeiras mais importantes de suas vidas. Os produtos revolucionários de mercado da Habi fornecem preços de imóveis, acesso incomparável à liquidez e capacidades de transação melhoradas para famílias de classe média. **A Habi opera em mais de 15 cidades no México e na Colômbia, que têm uma população total estimada em mais de 60 milhões.**

Nossa missão na Habi é capacitar consumidores de baixa e média renda em toda a América Latina no setor imobiliário, fornecendo acesso à liquidez

e informações em um mercado onde os dados são limitados e a maioria das casas não está listada on-line. Dar às famílias acesso à informação e à liquidez desbloqueia a prosperidade para elas e para a sociedade mais ampla ao redor delas.

Para transmitir o quão crítico isso é: poucos anos atrás, solicitar uma avaliação comercial significava tempos de espera muito longos. Isso levou muitas pessoas a fazer uma estimativa por conta própria, resultando em respostas simplesmente imprecisas. Além disso, devido aos altos custos de uma avaliação, famílias de baixa renda estavam usando práticas pouco confiáveis para atribuir um preço a seu imóvel: eles perguntavam aos porteiros de seus prédios, aos vizinhos ou parentes. E, no final, eles escolhiam um preço médio sem ter certeza de que estava correto.

Para colombianos e mexicanos, como a maioria das pessoas ao redor do mundo, suas casas são sua posse mais preciosa e valiosa. Em todos os nossos produtos oferecidos, a Habi está comprometida em democratizar o acesso a serviços de



compra e venda de imóveis para milhares de famílias, dando-lhes a tranquilidade de que estão tomando boas decisões quando se trata de sua casa. A Habi está desafiando o status quo, reduzindo o atrito em uma indústria tradicionalmente complexa e ineficiente. Ao fazer isso, estamos reduzindo o atrito entre as pessoas e as liberdades básicas de movimento e de poder acessar e usar sua riqueza. Essas são as principais métricas que mostram o impacto que estamos gerando.

A Habi reduz o tempo necessário para vender uma casa em 30 vezes, de uma média de 10 meses para 10 dias.

A Habi reduz o tempo necessário para a compra de uma casa no mercado em 6,6 vezes, de uma espera de 10 meses para 45 dias.

O mercado imobiliário da América Latina está quebrado e opaco; não há Multiple Listing Service (MLS), então os participantes do mercado - compradores, vendedores, corretores e credores - não têm boas informações sobre os preços de mercado e são obrigados a tomar decisões sobre o que,

para a maioria das pessoas, é seu ativo financeiro mais importante, sem essa informação. Na Habi, criamos um dos maiores bancos de dados imobiliários da região usando fontes proprietárias para criar um mercado imobiliário mais transparente e capacitar os latino-americanos a tomar melhores decisões sobre suas casas.

A Habi se tornou líder do setor, utilizando esses dados para melhorar o ecossistema imobiliário para todos os interessados. Não apenas os usamos para fazer ofertas aos proprietários e compradores de imóveis, mas também os compartilhamos com bancos, corretores, instituições do setor público e privado - e com o público através do Habimetro.

A Habi também está impulsionando a indústria com uma experiência de compra e venda de imóveis de ponta a ponta que se baseia em tecnologia. Estamos usando tecnologia para automatizar processos analógicos, como a obtenção de uma hipoteca ou revisar documentos públicos, que costumavam levar horas caras envolvendo advogados. O extenso banco de dados proprietário

da Habi, os algoritmos de precificação baseados em inteligência artificial e as operações simplificadas habilitadas por tecnologia a posicionaram no centro do ecossistema imobiliário.

A Habi fornece informações e ferramentas que permitem aos players do mercado - corretores, bancos, avaliadores, companhias de seguros, formuladores de políticas e outros - tomar decisões mais rápidas e informadas e, o mais importante, **que dão às famílias liberdade e controle sobre suas vidas e a riqueza armazenada em suas casas.** A Habi fornece as informações e ferramentas que todos no mercado precisam para tomar decisões informadas.

México

58

Inovação 2022
(mundial)

75

Empreendedorismo 2023
(mundial)

3,06%

Crescimento anual do PIB
de 2021 para 2022

120°

Políticas voltadas a fazer negócios 2022
(ranking)

33°

Políticas e cultura de empreendedorismo 2022
(ranking)

0,30%

Gastos com pesquisa e desenvolvimento 2019
(% do PIB)

127,5 milhões

População 2022

116°

Estabilidade 2022
(ranking mundial)

76%

Utilização da internet 2021
(% da população)

95%

Alfabetização

25%

População abaixo de 15 anos em 2022

Indicadores socioeconômicos do México

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023P	2024P
Atividade Econômica									
Crescimento real do PIB - %	2,6	2,1	2,2	-0,2	-8,0	4,7	3,0	2,7	1,3
PIB nominal - USD bi	1.077	1.160	1.223	1.271	1.098	1.272	1.419	1.768	1.808
PIB per capita - USD	8.777	9.358	9.772	10.124	8.601	9.860	10.902	13.472	13.668
Taxa de desemprego - média anual	3,9	3,4	3,3	3,5	4,4	4,1	3,3	2,8	3,3
Inflação									
IPC - % (*)	3,4	6,8	4,8	2,8	3,2	7,4	7,8	4,5	4,2
Taxa de Juros									
Taxa de política monetária - final do ano - %	5,75	7,25	8,25	7,25	4,25	5,50	10,50	10,75	8,00
Balanço de Pagamentos									
MXN / USD - final de período	20,73	19,66	19,65	18,93	19,91	20,53	19,50	18,00	19,00
Balança comercial - USD bi	-13,1	-11,0	-13,6	5,4	34,2	-10,8	-26,9	-23,0	-17,0
Conta corrente - % PIB	-2,2	-1,9	-2,1	-0,5	2,1	-0,6	-1,3	-1,1	-0,7
Investimento estrangeiro direto - % PIB	3,6	2,9	3,1	2,4	2,9	2,6	2,7	3,1	3,0
Reservas internacionais - USD bi	176,5	172,8	175,0	180,8	195,7	202,3	199,2	203,0	205,0
Finanças Públicas									
Resultado nominal - % do PIB	-2,5	-1,1	-2,1	-1,6	-2,9	-2,9	-3,3	-3,9	-2,9
Dívida pública líquida - % do PIB	48,2	46,0	46,0	45,1	51,3	50,5	49,2	50,2	51,7

(*) Inflação nacional para 2017 e 2018.

(**) Desde de 2016, exclui as transferências de lucros do banco central

(***) Exclui as reservas do banco central e previdência social

(****) Lebac 35 dias para 2016, Taxa Repo 7 dias para 2017, e taxa Leliq de 7 dias para 2018 e 2019.

Fonte: Banco Central, INDEC e Itaú BBA

Sobre o México

O México tem se destacado como um dos principais mercados de inovação em startups não só na região latina, como também globalmente. O posicionamento geográfico único do México permite que ele se relacione com mercados dos EUA e da América Latina, enquanto seu tamanho e recursos naturais permitem competir com países sul-americanos como o Brasil e a Argentina.

Depois do Brasil, o México é o segundo maior ecossistema de startups da América Latina. O posto não é à toa, nos últimos anos, o país tem sido palco de um cenário empreendedor otimista, impulsionado por novas legislações favoráveis, redução da burocracia, melhora do contexto econômico e social, além dos avanços significativos no processo de transição digital.

O México possui uma economia em crescimento. De acordo com o Goldman Sachs, o país representará a quinta maior economia do mundo até 2050. Além disso, o país tem acordos comerciais vantajosos com diversos países, com os Estados Unidos, o que amplia as oportunidades de internacionalização. A localização geográfica estratégica do México também oferece acesso facilitado aos mercados dos Estados Unidos, Canadá e ao restante da América La-

tina, aumentando o potencial de escalabilidade e crescimento do seu ecossistema para outros países.

O México tem uma população de mais de 128 milhões de pessoas, onde a maioria ainda é jovem. Uma idade média baixa é importante não só pensando na força de trabalho mas também na penetração da internet e do uso de dispositivos móveis. O aumento do acesso à banda larga e o crescente número de usuários de smartphones impulsionam a demanda por serviços digitais inovadores, criando um ambiente favorável para o surgimento de startups no setor de tecnologia. Como propósito de comparação, existem 275 milhões de usuários conectados a rede nos Estados Unidos, na América Latina como um todo existem 438 milhões de usuários, 79,1 milhões dos quais estão no México. Além disso, o crescimento móvel na América Latina está previsto para crescer três vezes mais rápido do que na China.

Além disso, há mais de dez anos, o país produzia engenheiros e profissionais da tecnologia a taxas semelhantes às dos Estados Unidos.

Apesar do ambiente propício em muitos aspectos, o México aparece muitas vezes em posições baixas quando avaliamos a com-



plexidade burocrática e a legislação do país. Para Jimena Pardo, sócia da ALLVP, um VC mexicano, para uma startup expandir seus negócios para o México, é fundamental encontrar um parceiro mexicano que entenda profundamente da legislação local.

Felizmente, a legislação mexicana tem evoluído para promover a inovação e facilitar a criação e o crescimento de startups. Em 2018, foi promulgada a Lei para o Financiamento de Atividades Empreendedoras, que estabelece medidas para apoiar e incentivar startups, como a criação de fundos de investimento especializados, a simplificação de processos para a criação de empresas e a introdução de mecanismos de financiamento inovadores, como o crowdfunding. Essa lei proporcionou um ambiente mais favorável para a captação de recursos e o desenvolvimento de negócios inovadores.

Além disso, o governo mexicano lançou programas específicos, como o Programa Nacional de Empreendedorismo, que oferece recursos e assistência técnica para startups. Essas iniciativas visam fornecer suporte estratégico e financeiro às startups, incentivando seu crescimento e contribuindo para o fortalecimento do ecossistema empreendedor no país.

Quanto à burocracia, para Rogelio Rea, fundador da startup Atrato, “tudo leva mais tempo do que em quase qualquer outro lugar da América Latina. É curioso porque é um grande mercado, um grande país e muito amigável para startups, mas é muito lento em termos governamentais. Só abrir a empresa e a conta no banco vai demorar três meses se tudo correr bem. Esse é um problema para o qual muitos fundadores não estão preparados”.

Tal qual vem ocorrendo na legislação, alguns esforços ativos ocorreram para melhorar a complexidade burocrática do país, o Sistema de Abertura Rápida de Empresas (SARE) é um exemplo disso, permitindo que as startups registrem seus negócios de forma mais rápida e simplificada. O SARE unifica e simplifica os procedimentos necessários para a abertura de empresas, reduzindo a necessidade de interações com múltiplos órgãos governamentais e agilizando o processo. Além disso, foram implementados programas de guichê único e digitalização de processos, facilitando o acesso a licenças e permissões necessárias para operar. Essas iniciativas têm como objetivo reduzir a burocracia e os custos associados, tornando mais fácil para as startups se estabelecerem e operarem no México.



PANORAMA MÉXICO

NÚMERO DE STARTUPS:

2.482

MODELO DE NEGÓCIO PREDOMINANTE:

SaaS (26,4%)

PÚBLICO ALVO PREDOMINANTE:

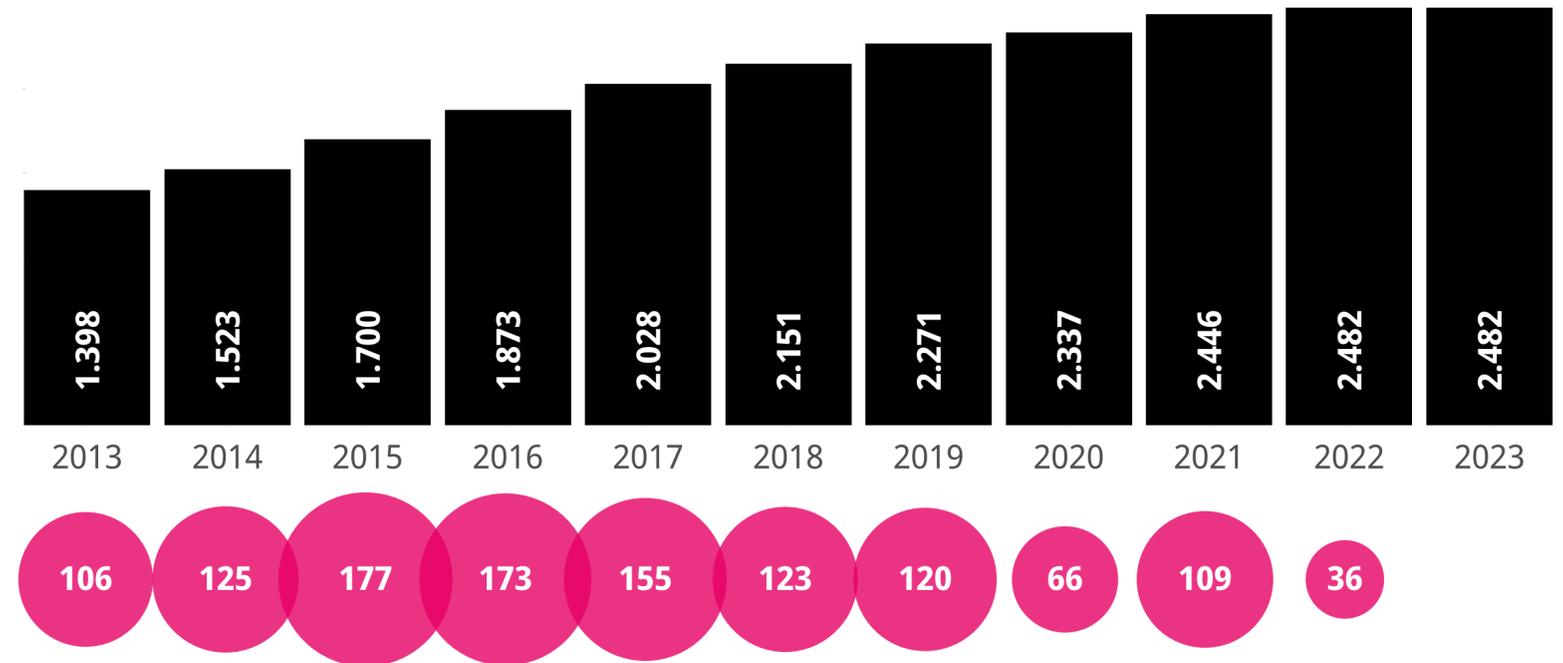
B2B (40,3%)

SETOR PREDOMINANTE:

FINTECH (16,5%)

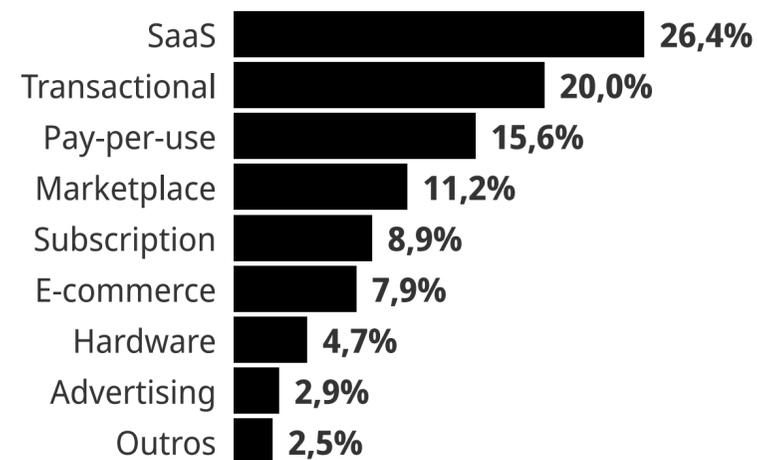
Fundação de startups

■ Número de startups acumulado
● Número de startups fundadas no ano



Modelo de negócio

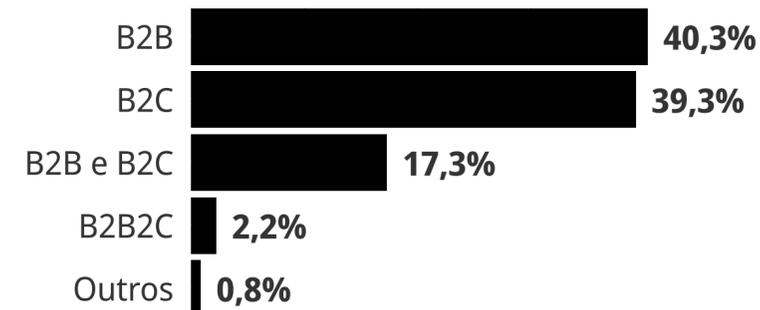
(em %)



*Outros: Consumer, API, Licenciamento, Venda de dados

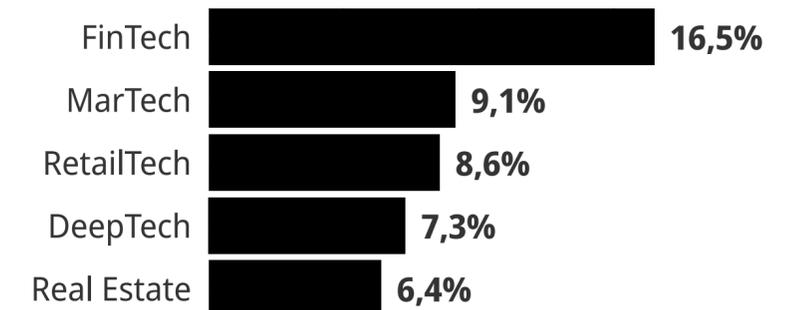
Público-alvo

(em %)

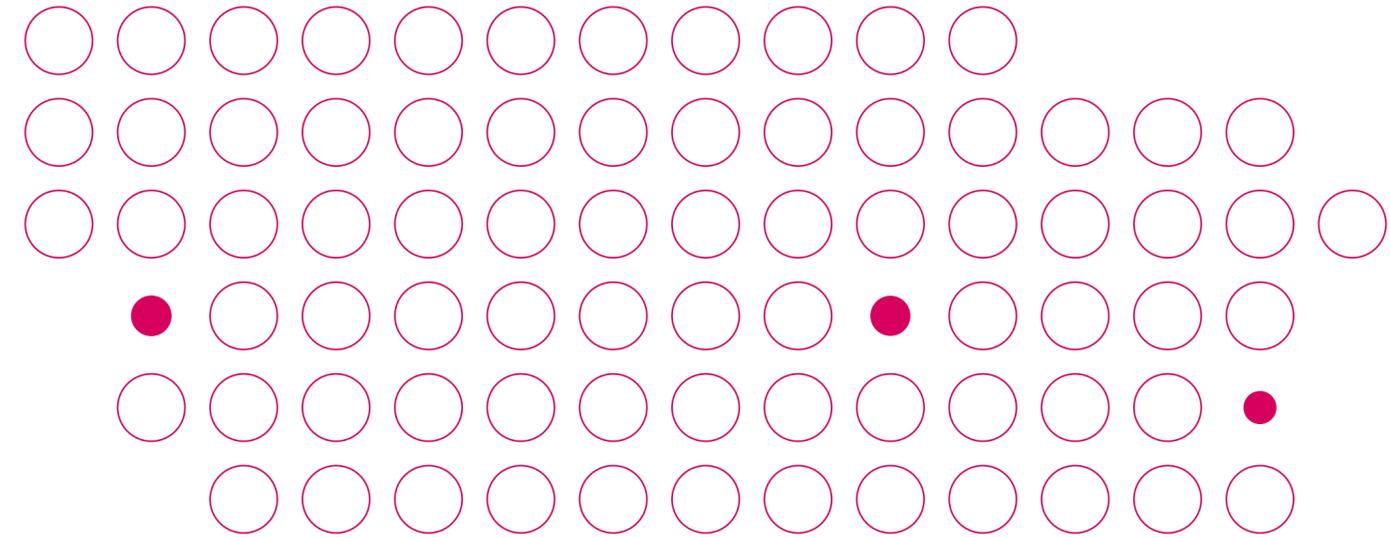


*Outros: B2B2C, P2P, B2G, B2B e B2G, B2C e B2B2C

Top 5 setores



O ecossistema mexicano de startups



Depois do Brasil, o México é berço de startups da América Latina com 2482 startups ao todo. Sua característica de maior distinção dentro dos países latinos é sua proximidade geográfica e cultural com o mercado Norte-Americano. Isso possibilitou um contato muito mais direto com outras soluções e modelos, além de garantir uma ponte para um mercado em expansão e arrecadação de capital.

Como a maioria dos países latinos, o México possui um extenso mercado de Fintechs. Tal qual seus vizinhos, o país apresenta um alto índice de desbancarizados e uma demanda latente por serviços financeiros digitais. O setor totaliza 403 startups.

Logo setores que chamam a atenção são Retail e Health. Enquanto o setor de Retail se beneficia dos desafios impostos por uma extensão geográfica considerável, o que aumenta a demanda por

soluções de logística, as Healthtechs se beneficiam da demanda pela digitalização da saúde, decorrente da pandemia.

Vale destacar também a presença das DeepTechs do país, setor que se relaciona diretamente com universidades e centros de pesquisa locais. Além disso, como citado anteriormente, o alto número de escolas de engenharia nas principais cidades do país beneficia a expansão do setor. Dado a atenção global voltada a tópicos como I.A, podemos esperar um movimento crescente de DeepTechs, já que o valor da mão de obra local pode ser visto com bons olhos por investidores e centros de pesquisa norte-americanos.

Quanto aos modelos de negócio predominantes, observamos uma orientação local semelhante ao restante do mercado latino; uma predisposição por negócios baseados em Saas, muito derivada do alto potencial de escalabilidade e uma preferência geral por parte

dos investidores. Quanto ao modelo transacional, tal encontrado no Brasil, o modelo se localiza majoritariamente nos setores de Fintech e Retail.

A orientação predominante do mercado mexicano também segue a do restante da América Latina, B2B é o modelo predominante. Contudo, existe uma parcela considerável de empresas focadas no público B2C, o que se distancia bastante do padrão presente na maioria dos ecossistemas ao redor do mundo.

DADOS DE INVESTIMENTO

NÚMERO DE DEALS (2019-2023):

670

INVESTIMENTO TOTAL RECEBIDO (2019-2023):

5,29 (US\$ BILHÕES)

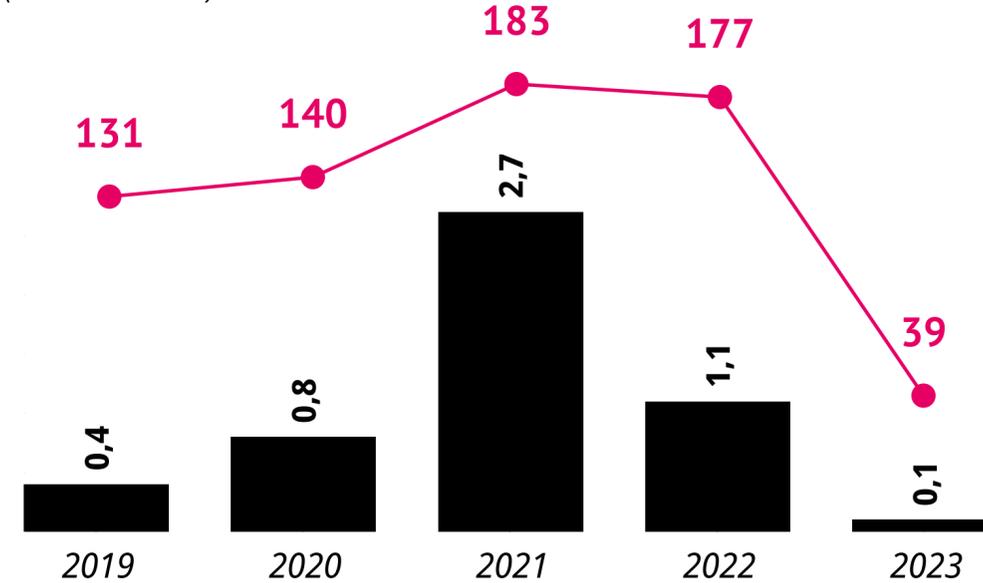
ESTÁGIO COM MAIS DEALS:

Seed 2020

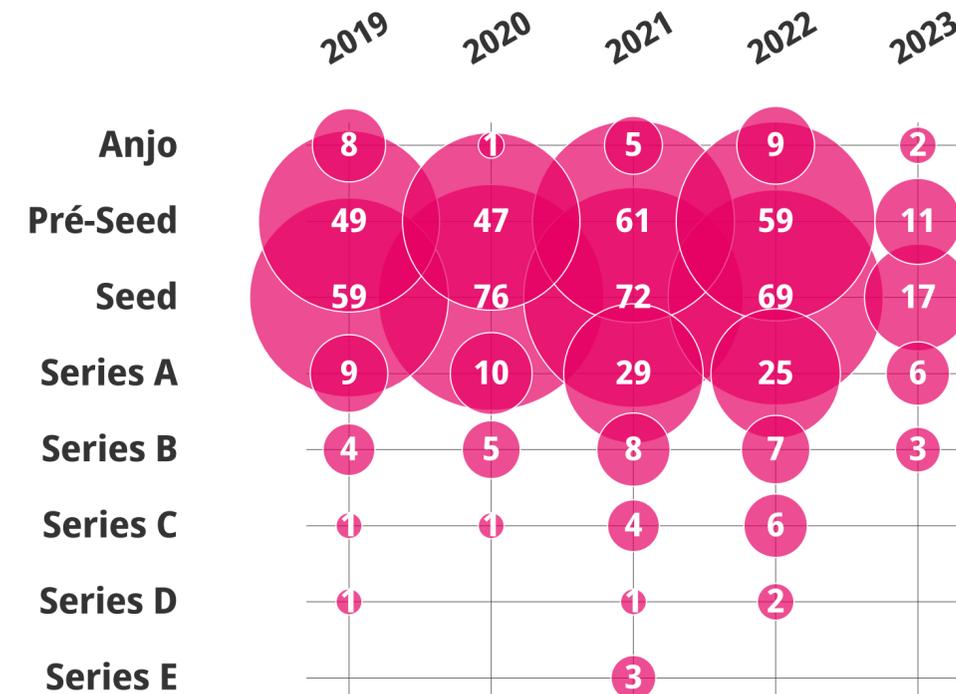
SETOR MAIS INVESTIDO EM VOLUME:

MOBILIDADE 2021

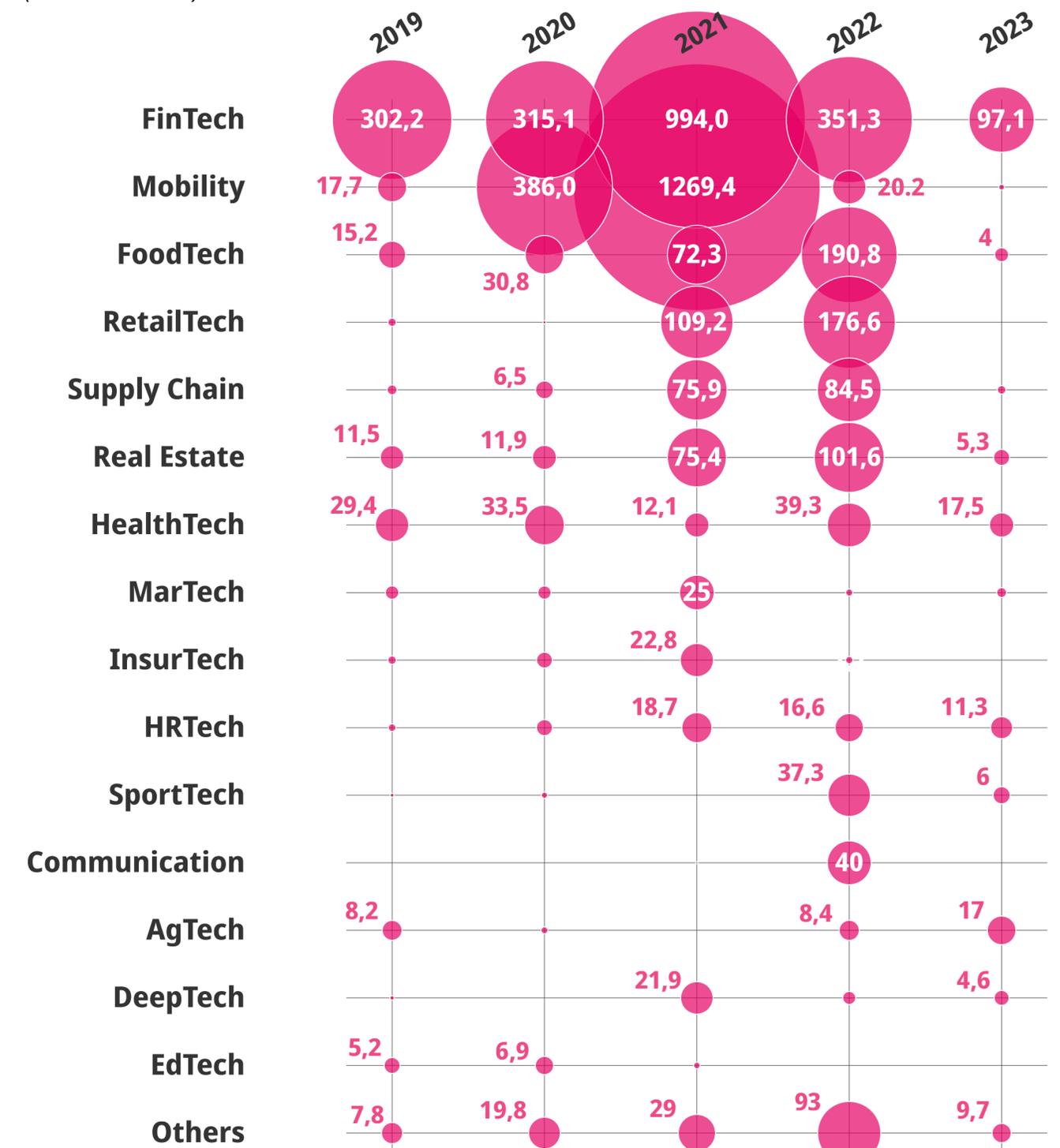
Investimento ano a ano (US\$ bilhões)



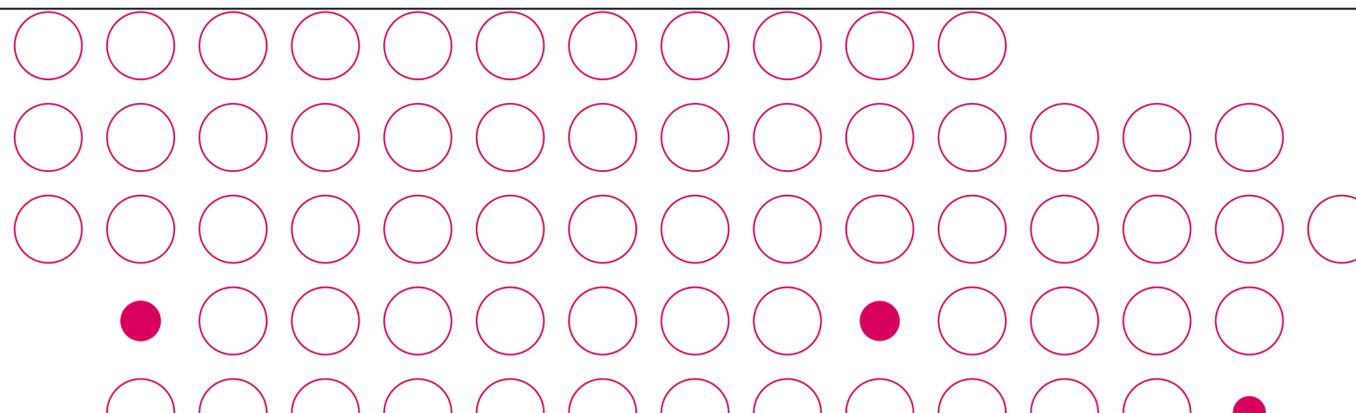
Número de deals por estágio



Volume de investimento por setor (US\$ milhões)



DESTAQUES DE INVESTIMENTO



Segundo nossos números, mais de US\$ 5 bilhões foram investidos nas startups mexicanas nos últimos 4 anos e grande parte desses aportes foram feitos em 2021 o qual somou US\$ 2,7 bilhões, entretanto a construção desse ecossistema, que é o 2º maior em investimentos recebidos em toda a América Latina, data de muito antes. O ecossistema de startups e a cultura de venture capital se estabeleceram no México há cerca de 10 anos, contudo, podemos traçar o início do burburinho das startups no país desde 2006. Foi quando o programa internacional de desenvolvimento de negócios TechBA selecionou cinquenta empreendedores mexicanos para viajar ao Vale do Silício com o objetivo de estimular outros mercados de inovação ao redor mundo.

Com um pequeno mercado de startups estabelecido, alguns investidores isolados se juntaram para criar um evento que estimulasse a criação de uma rede de investimentos mais consolidada para startups. Assim, em 2009, nascia a primeira conferência da Associação Mexicana de Venture Capital e Private Equity.

Na mesma época, um dos investidores anjos mais influentes do México, Hernán Fernández, fundou a Angel Ventures. Depois, alguns anos mais tarde, o Instituto Nacional de Empreendedorismo (INADEM), um braço semiautônomo da Secretaria de Economia,

foi fundado com o objetivo de investir mais de US\$ 600 milhões no incentivo à tecnologia e a pequenas e médias empresas.

Anos mais tarde, fundos de capital de risco de classe mundial chegaram ao México a partir do momento em que as startups locais atingiram estágios avançados e começaram a procurar investimentos late-stage. Os principais fundos dessa classe a se estabelecerem oficialmente na região foram: Softbank, Sequoia Capital, Andreessen Horowitz, Goldman Sachs, Temasek, DST e Tencent. Antes de 2016, os VCs estrangeiros praticamente não lideravam investimentos em startups mexicanas.

Contudo, desde 2019, o número de negócios liderados por VCs globais se multiplicou e sua presença ficou mais forte mesmo durante a pandemia. Quando a pandemia começou em 2020, o México não tinha startups unicórnios. Avançando para 2023, 7 unicórnios nasceram neste terreno. O primeiro, Kavak, alcançou o status de unicórnio após uma rodada de \$ 400 milhões em que participaram Softbank e DST. Hoje, a avaliação da Kavak é de cerca de US\$ 8,7 bilhões, sendo a segunda startup mais valiosa da América Latina, atrás apenas do Nubank. Além disso, com a escalada atingida por algumas destas gigantes mexicanas, muitos movimentos de expansão têm ocorrido, principalmente para outros países da

América Latina que não possuem um ecossistema de inovação capaz de prover um competidor à altura para estas empresas. Além disso, notamos que o segundo setor mais investido do país é o de mobilidade muito puxado por essas startups.

Atualmente, um fenômeno semelhante ao que ocorreu ao Paypal vem chamando a atenção no mercado Mexicano. A chamada “Máfia do PayPal” é um grupo de antigos funcionários e fundadores do Paypal, que após saírem da empresa fundaram e desenvolveram empresas de tecnologia, tais como Tesla Motors, LinkedIn, Palantir Technologies, SpaceX, YouTube, Yelp e Yammer. Wikipédia.

No caso do México, a chamada “Linio Máfia” faz referência aos ex-funcionários da startup Linio que construíram mais de 66 empresas em toda a América Latina. Para muitos, um movimento muito bem-vindo, não só pelo grau de amadurecimento destes profissionais que, ao contrário das últimas gerações de startups da região, tiveram de aprender com base na tentativa e erro, estas de agora trazem consigo a experiência de um mercado já consolidado. Não só isso, como também há uma expectativa que estes novos negócios sejam geridos tendo em mente os padrões de mercado estabelecidos após a pandemia e o choque em 2022.



**KARIM
HARDANE**

**COUNTRY
MANAGER
BRASIL**

nowports

A Dança dos Portos: A Nowports e a sincronia com a Logística na América Latina

A Nowports, uma startup nascida no México, tem se destacado como uma das principais impulsionadoras da transformação digital na indústria logística da América Latina. Com uma visão audaciosa e inovadora, a empresa não apenas conquistou seu espaço no mercado, como também busca constantemente expandir sua atuação e diversificar seu portfólio de soluções. A dança entre os portos começa em resposta à falta de digitalização da logística, focando em países emergentes, para assim ajudar a fortalecer a economia desses, assim, em dezembro de 2018, Alfonso de los Rios de Monterrey, México e Maximiliano Casal de Montevideu, Uruguai, criaram juntos um agente de cargas que pensa no futuro, a Nowports, que foi uma das poucas empresas da região selecionadas pela Y Combinator para acelerar o seu potencial e em maio de 2022, em sua quarta rodada de investimentos, se tornar um unicórnio e poder transportar de maneira ainda mais eficiente, transparente e segura, as cargas de seus clientes por meio de tecnologia e soluções logísticas personalizadas que facilitam o rastreamento de cargas e acesso a serviços financeiros.

Desde sua fundação, a Nowports tinha como objetivo subir ao palco e alcançar uma presença regional sólida. Com uma região tão diversa e promissora como a América Latina, a startup viu a oportunidade de levar sua proposta de valor a diferentes países e mercados. Com os passos de suas operações tão bem-sucedidas no México, a empresa expandiu sua atuação para

outros países, como Brasil, Chile, Colômbia, EUA, Panamá, Peru, Uruguai e até mesmo Espanha, conquistando a confiança de clientes locais e estabelecendo parcerias estratégicas em cada região. Essa expansão geográfica permitiu à Nowports aproveitar as peculiaridades de cada mercado e adaptar suas soluções para atender às necessidades específicas de cada país em uma mesma sintonia.

A Nowports entende que a logística é um ecossistema complexo, composto por várias etapas e processos interconectados e é preciso de sincronia entre os portos. Para fornecer uma solução completa e abrangente aos seus clientes, a empresa decidiu diversificar seu portfólio de soluções. Além do seu core business de gestão de transporte de contêineres, a Nowports expandiu sua atuação para outras frentes da cadeia de suprimentos, como rastreamento de cargas, otimização e gestão de informações, criação de relatórios para uma visão mais macro do cliente, desde a visualização do trajeto de suas cargas, até os valores que compõe origem, destino e por processos específicos, uma abordagem holística que permite que os clientes tenham uma ótica ampla e integrada de suas operações logísticas, otimizando processos e aumentando a eficiência em toda a cadeia, fora a sua atuação nos modais aéreo e terrestre além do marítimo em meio de FCL, LCL, Containers, Cargas ANVISA, IMO, Nacionalizadas, Refrigeradas, Excedentes e Sensíveis, Porta/Porto, disponibilizando um programa de parceria com tradings e agora ofere-

cendo também serviços financeiros para aqueles que precisam de fôlego em caixa por meio de crédito menos burocrático. A busca pela expansão geográfica e diversificação do portfólio de soluções está intrinsecamente ligada à visão de longo prazo da Nowports. A empresa entende que o crescimento sustentável e a inovação contínua são fundamentais para se manter relevante e harmonioso em um mercado competitivo. Além disso, essa estratégia permite que a Nowports atenda a uma demanda crescente por soluções tecnológicas e eficientes na indústria logística. Ao oferecer um portfólio diversificado, a empresa proporciona aos clientes uma experiência completa, simplificando e otimizando suas operações diárias.

A Nowports é um agente de cargas digital e demonstra um compromisso constante com a evolução e a excelência. Sua jornada de expansão na América Latina e diversificação do portfólio de soluções reflete a visão de se tornar um parceiro estratégico para as empresas que buscam transformar suas operações logísticas. Com uma presença regional cada vez mais forte e um portfólio abrangente, a Nowports continua sua coreografia desbravando novos territórios e desafiando os limites da inovação na indústria de logística. O futuro promissor da empresa é resultado do trabalho árduo de uma equipe comprometida e da confiança dos clientes que acreditam no potencial de uma logística mais eficiente e conectada por toda a América Latina.



Encerramiento



Conforme descrito ao decorrer deste material, o ecossistema de inovação e tecnologia da América Latina experimentou crescimento e transformações significativos nos últimos anos. Embora tradicionalmente conhecida por sua rica herança cultural e recursos naturais abundantes, a região agora está deixando sua marca no cenário de inovação e tecnológico global.

O amadurecimento natural do ecossistema foi um dos fatores que colaborou para esta ascensão. Isso se evidencia através do surgimento e consolidação de investidores regionais, seja em estruturas de Venture Capital tradicionais ou até mesmo Corporate Venture Capital, e grupos de anjos. Esse amadurecimento fica ainda mais visível ao observarmos a estrutura das startups que surgiram nos últimos anos que, ao contrário de suas predecessoras, foram fundadas e gerenciadas por profissionais já familiarizados com o mercado de inovação, principalmente graças à experiências anteriores.

O ecossistema de inovação foi irrigado e nutrido com a chegada de investidores internacionais que injetaram grandes quantias na região, acelerando o crescimento de muitos negócios e estimulando a inovação como um todo.

Entretanto, esse movimento só foi possível graças a um contexto socioeconômico favorável. Entre os fatores mais oportunos, destacam-se a média de idade relativamente baixa, o que representa uma grande força produtiva, a maior adoção de smartphones e um alto consumo de internet. Juntos, esses elementos geram um ambiente extremamente propício para a construção e escalabilidade de soluções digitais.

Não podemos deixar de mencionar que o ecossistema de inovação da América Latina ainda enfrenta seus desafios. O acesso a financiamento, infraestrutura limitada e obstáculos burocráticos continuam sendo barreiras que as empresas vêm tentando superar. Além disso, a falta de mão de obra qualificada gera um déficit operacional nas equipes e dificulta até mesmo a criação de soluções mais avançadas tecnologicamente. Os problemas estruturais em setores estratégicos de muitas economias também complicam a penetração de startups e investidores na região.

Apesar dos desafios iminentes, muitos governos já reconhecem a importância das startups para a economia e criaram iniciativas e políticas governamentais que têm desempenhado um papel crucial no apoio ao ecossistema de inovação na América Latina. Muitos países implementaram programas para promover o empreendedorismo, como incentivos fiscais, oportunidades de financiamento e estruturas regulatórias simplificadas.

Em conclusão, o ecossistema de inovação e tecnologia da América Latina emergiu como um centro único e dinâmico para startups, corporações e investidores. Com uma combinação de políticas governamentais, maior acesso à financiamento e o próprio amadurecimento da cultura de inovação, a região foi capaz de não só manter seus números superiores ao período pré-pandemia, como também detém o potencial para continuar sua trajetória de crescimento e realizar contribuições significativas para o cenário global de tecnologia. Estamos animado para acompanhar a evolução do mercado da região nos próximos anos!

DISTRITO



uplaxad

TERMOS DE USO E REPRODUÇÃO DO MATERIAL

Todas as informações e conteúdos presentes neste material são propriedade dos seus realizadores.

É vedada sua utilização para finalidades comerciais e publicitárias sem prévia autorização. Estão igualmente proibidas a reprodução, distribuição e divulgação, total ou parcial, dos textos, figuras, gráficos que compõem o presente report, sob qualquer adulteração e sem que a sua fonte seja citada.

