

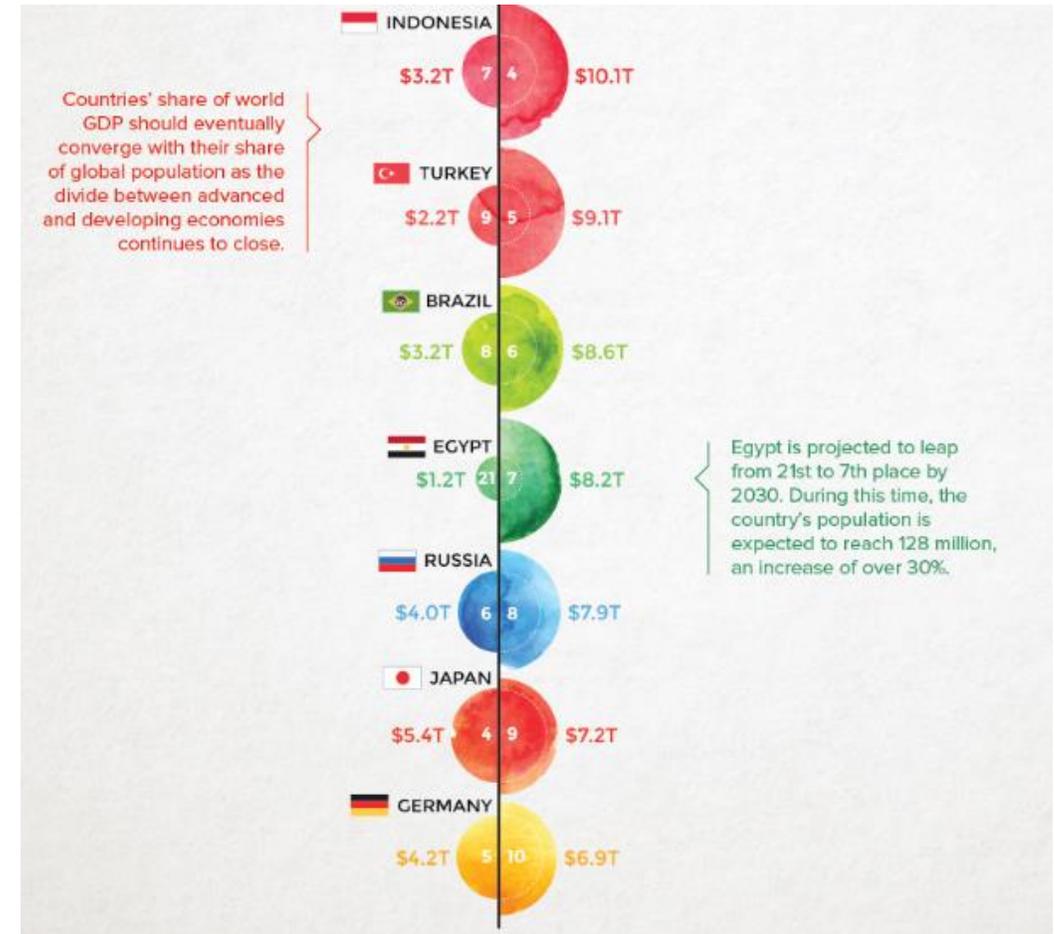
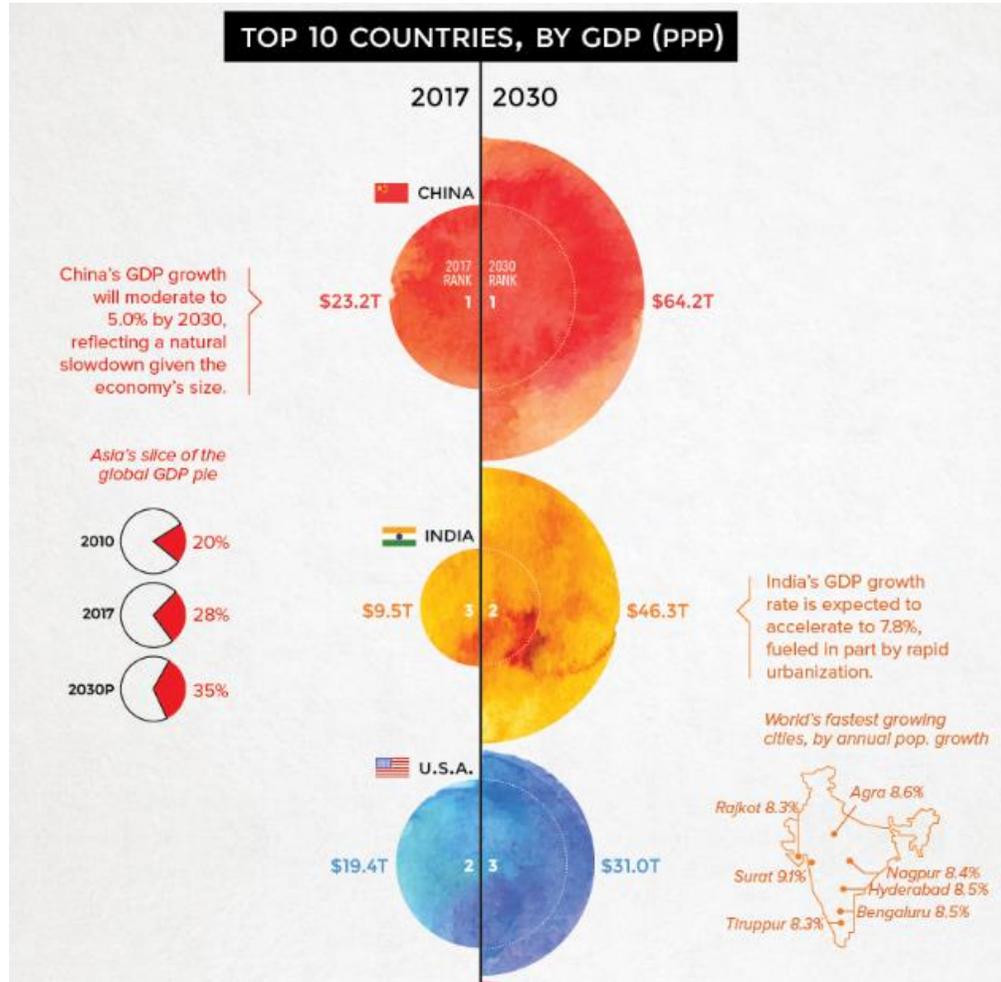


 **Food Tech HUB Br**
alimentos para vida



"Inovação em Alimentos: Transformando ideias em produtos".

Brasil do futuro



Sumário Executivo- Transformação

- ❑ Precisamos **transformar** completamente nosso **sistema global de produção de alimentos** para atender às crescentes necessidades dos consumidores por alimentos nutritivos saudáveis para todos, e conservar os recursos preciosos do nosso planeta para as gerações futuras.
- ❑ No entanto, enfrentamos o desafio de alimentar as populações urbanas , abastecer e vestir com **recursos cada vez mais limitados disponíveis** – seja terra, solo, água, nutrientes ou trabalho.
- ❑ A boa notícia é que estamos à beira de uma nova revolução agrcultural que provavelmente remodelará a maneira como nós produzimos, distribuimos e consumimos alimentos. A mudança está sendo impulsionada por **cinco Megatrends**:
 - 1) Política econômica sob escassez
 - 2) Novo consumidor
 - 3) Saúde e bem estar
 - 4) Digital
 - 5) Sustentabilidade
- ❑ Existem inúmeras novas tecnologias que podem ser aplicadas ao aumento da produtividade agrícola, protegendo o ambiente, e satisfazendo as preferências do consumidor em evolução. Incluem soluções biológicas que melhoram a segurança ambiental e abordagens completamente novas que melhoram o rendimento e aumentam a resistência natural das plantas a doenças e pragas. **Inovações como agricultura vertical, alimentos cultivados em laboratório e aquicultura de algas, e os componentes da quarta revolução industrial (Big data, Internet das coisas, inteligência artificial) estão sendo integrados em toda a cadeia de suprimentos da agricultura.**

Megatendências



Trend 1: The political economy under scarcity



Trend 4: Digital catch-up



Trend 3: Health and wellness



Trend 2: The new-age consumer



Trend 5: Sustainable living

Sumário Executivo-Tecnologias

- Até recentemente, a agricultura estava bem atrasada em termos de disrupção. A penetração digital no campo foi de apenas 0,3% em 2018 em comparação com 2,5% para as finanças e perto de 12% para o varejo. **O investimento em tecnologia relacionada com a agricultura atingiu USD 16.9 BN no ano passado, 43% a mais que 2017, de acordo com AgFunder. Dado o vasto mercado inexplorado e a rápida emergência de tecnologias poderosas, esperamos que a inovação alimentar se torne um mercado de USD 700bn em 2030** – um salto de cinco vezes a partir de hoje.
- Para os investidores, oportunidades notáveis podem ser encontradas em segmentos seletos. O segmento de proteínas à base de plantas, com uma projeção de um CAGR de 28% até 2030 (de USD 4,6 BN em 2018 para USD 85bn), detém vasto potencial. Também esperamos taxas de crescimento vibrantes para a agricultura inteligente (16%), entrega de alimentos on-line (16%), tratamento de sementes (13%) e ciência das sementes (9%)
- Por si só, as **grandes empresas agroindustriais não conseguem resolver todas as questões enfrentadas pela indústria agrícola. Demandará de um ecossistema que inclua os investidores não-tradicionais, os empreendedores, os produtores, e os governos atender essa nova demanda. Enquanto o futuro é promissor, não é garantido.**
- **Para avançar, precisamos quebrar o mito persistente de que a tecnologia é o inimigo da comida natural, abundante e acessível.** Pequenos produtores precisam se adaptar aos tempos adotando novas tecnologias. Esta necessidade se estende ao redor do mundo, e o acesso aberto às últimas inovações é vital. Para garantir que eles façam isso, toda a indústria tem que se unir e concordar com as maneiras de alcançar objetivos definidos, como os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU. Investindo para ambos: os lucros e a boa comida, fará uma diferença tangível, positiva na forma como o mundo planta, colhe e come..

Segurança alimentar e segurança nutricional

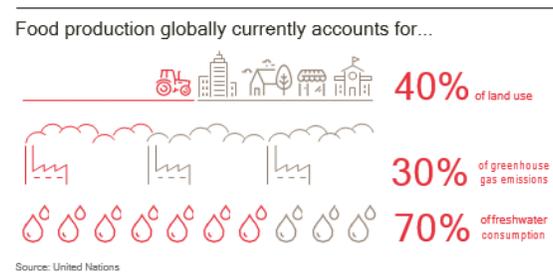
- ❑ Nas últimas décadas, **a expansão populacional mundial e a ascensão da classe média com seu apetite por carnes, laticínios e alimentos de alta caloria têm aumentado** continuamente a demanda . No entanto, esta demanda crescente **não estimulou um superciclo agrícola ou preços estruturalmente mais elevados**, como muitos previram. Na verdade, em termos reais, os preços caíram e muitos agricultores ainda vivem em níveis de subsistência.



- ❑ **Em outras indústrias**, a demanda em expansão tem desbloqueado grande riqueza para os produtores. Por que isso não ocorreu na agricultura? É simples – a indústria se prendeu em um ciclo vicioso. Para atender à demanda, os agricultores têm impulsionado muito a produção de culturas, adotando a agricultura de precisão e plantas geneticamente modificadas. Além disso, os países da antiga União Soviética e da América do Sul que foram fontes de baixo-custo de terra e de trabalho , se industrializaram rapidamente. O resultado tem sido uma recompensa inimaginável para produzir, mas que veio à custa de pequenos agricultores ' rendas e do ambiente
- ❑ **De maior importância é a distinção entre segurança alimentar e segurança nutricional**, já que o desafio não é mais apenas acabar com a fome. **A ONU estima que o número de obesos cresceu assustadoramente e um terço de todos os alimentos cultivados está sendo desperdiçado**. Um relatório da Comissão Lancet (2019) estima que, em todo o mundo, dietas insalubres respondem por até um em cada cinco mortes prematuras todos os anos.

Os modelos tradicionais são insustentáveis

- ❑ O atual modelo de negócio agrícola tem de assumir alguma responsabilidade para o estado insustentável de hoje. Em sua busca para produzir cada vez mais alimentos, os agricultores têm sido incentivados a desconsiderar os custos ambientais, levando a um esgotamento da biodiversidade, polinizadores (por exemplo, abelhas) e saúde do solo, bem como os custos sociais associados com recursos escassos, como água e energia. De acordo com a ONU, **a produção de alimentos em todo o mundo atualmente representa 40% do uso da terra, 30% das emissões de gases de efeito estufa (GEE) e 70% do consumo de água doce.**



- ❑ Além disso, a organização das Nações Unidas para a alimentação e a agricultura (FAO) acredita que um quarto das terras agrícolas do mundo foi classificado como altamente degradado e outro 44% é moderadamente ou ligeiramente degradado. Um estudo da economia dos ecossistemas e biodiversidade estima que 11% das áreas naturais remanescentes da terra poderiam ser perdidas até 2050 devido à conversão de terras para uso agrícola
- ❑ **Expandir a produção de alimentos ainda carrega com ele custos potencialmente devastadores. Simplificando, estamos nos aproximando dos limites naturais do mundo.** E, segundo a FAO, a área de terras agrícolas permanecerá relativamente inalterada nas próximas décadas. Assim, as melhorias de rendimento da mesma quantidade de terra terão de ser responsáveis pela maior parte do aumento da produtividade

Pessoas afetando as mudanças

- ❑ A conscientização está se espalhando sobre o impacto grave que o atual modelo de produção agrícola tem no planeta e na sociedade. As pessoas agora estão exigindo uma nova maneira de produzir alimentos **e estão pressionando a indústria através de suas decisões de compras**. E os agricultores são os primeiros a concordar que as regras do jogo precisa mudar. Afinal, eles têm mais a ganhar com essa nova agricultura e mais a perder se a configuração atual resistir
- ❑ Até agora, corporações multinacionais têm exercido tremenda influência sobre o que as pessoas comem e como alimentos básicos e ingredientes alimentares são adquiridos e transportados. Eles têm controlada a informação e o modelo de negócio. Mas os padrões de demanda de mudança **estão forçando a indústria a estarem na frente das demandas dos consumidores**. As empresas enfrentam agora a mesma escolha que os produtores agrícola: **adaptar-se ou arriscar ser deixado para trás**.
- ❑ Da popularidade e do sucesso do mercado de ações do Beyond Meat, o fabricante de hambúrguer vegetariano, através da ascensão meteórica na demanda por produtos orgânicos para a propagação de dietas veganas e sem glúten, o interesse em onde a nossa comida vem nunca foi tão grande.



As pessoas agora estão exigindo uma nova maneira de produzir alimentos e estão forçando a indústria através de suas decisões de consumo

Inclusão, o ingrediente essencial

- ❑ **Investidores, grandes produtores e agricultores progressivos estão adotando a tecnologia da "quarta revolução", como visão computacional, robótica, ciência de dados e machine learning**, que está ajudando os produtores a dar um salto de produtividade. Mas estamos muito longe do seu uso por agricultores comuns, o que levanta a questão: em quanto tempo os pequenos produtores adotarão essas tecnologias?
- ❑ O fortalecimento da inovação nos mercados emergentes é essencial, pois grande parte do crescimento da oferta e da demanda virá dessas regiões. O sucesso exigirá a execução digital excelente, de alto nível. Além disso, as empresas terão de trazer os seus mais novos, mais avançados equipamentos e **pensamento-não os ultrapassados, produtos de baixa qualidade**-em mercados em desenvolvimento, enquanto os investidores e os consumidores podem influenciar o sucesso ou fracasso através de suas carteiras.
- ❑ É evidente para nós que o acesso a alimentos nutritivos será uma questão de Definitiva do século XXI. A ONU está levando esse desafio a sério. Seus objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) apresentou não só uma visão para a produção e consumo sustentáveis, mas também para acabar com a pobreza e a fome.



O acesso a alimentos nutritivos será uma questão definidora do século XXI.

O que vamos comer em 20 anos?

- ❑ Havia poucos veganos há 20 anos; Há muitos milhões hoje, e seu número está subindo em todo o mundo. As dietas estão mudando. Por 2030, é provável que essas tendências continuarão a desenvolver
- ❑ **Na verdade, a comida que comemos e as bebidas que bebemos hoje podem não ser as mesmas amanhã. O Fórum Econômico Mundial (WEF) prevê um período de rápida inovação em nossa capacidade de fundir tecnologias físicas, digitais e biológicas. Talvez em 2030 nós compraremos a carne baseada no laboratório de origem em vez do país. O potencial para disrupção das fundações de nossas vidas de cada dia é real, e o setor alimentar não será imune a ele.**
- ❑ **A indústria de alimentos precisa se remodelar para atender às novas realidades.** Como o aumento da conscientização das mudanças climáticas tem impulsionado uma massa crítica de consumidores conscientes para consumir melhor, alternativas ambientalmente mais amigáveis aos combustíveis fósseis, a mesma coisa precisa acontecer na produção de alimentos. Todos nós teremos que abraçar as mudanças e evitar a construção de paredes em torno de segmentos tradicionais e técnicas para preservar o status quo.
- ❑ **Como a natureza da produção de alimentos mudará? Que novas técnicas serão usadas e que novos produtos aparecerão? Como as cadeias de suprimentos se adaptarão? Estas questões são os principais temas que precisamos discutir. O que sabemos é que a tecnologia necessária para revolucionar o sistema alimentar já existe. O problema é que ele está sendo desenvolvido em silos com integração limitada.**
- ❑ **O principal desafio para qualquer tecnologia é ser acessível para os usuários finais** – neste caso, produtores, processadores e consumidores. Somente quando as soluções digitais provarem ser mais práticas, eficientes e acessíveis do que qualquer outra coisa no mercado, a agricultura/indústria de alimentos desfrutará de **seu momento de smartphone**.

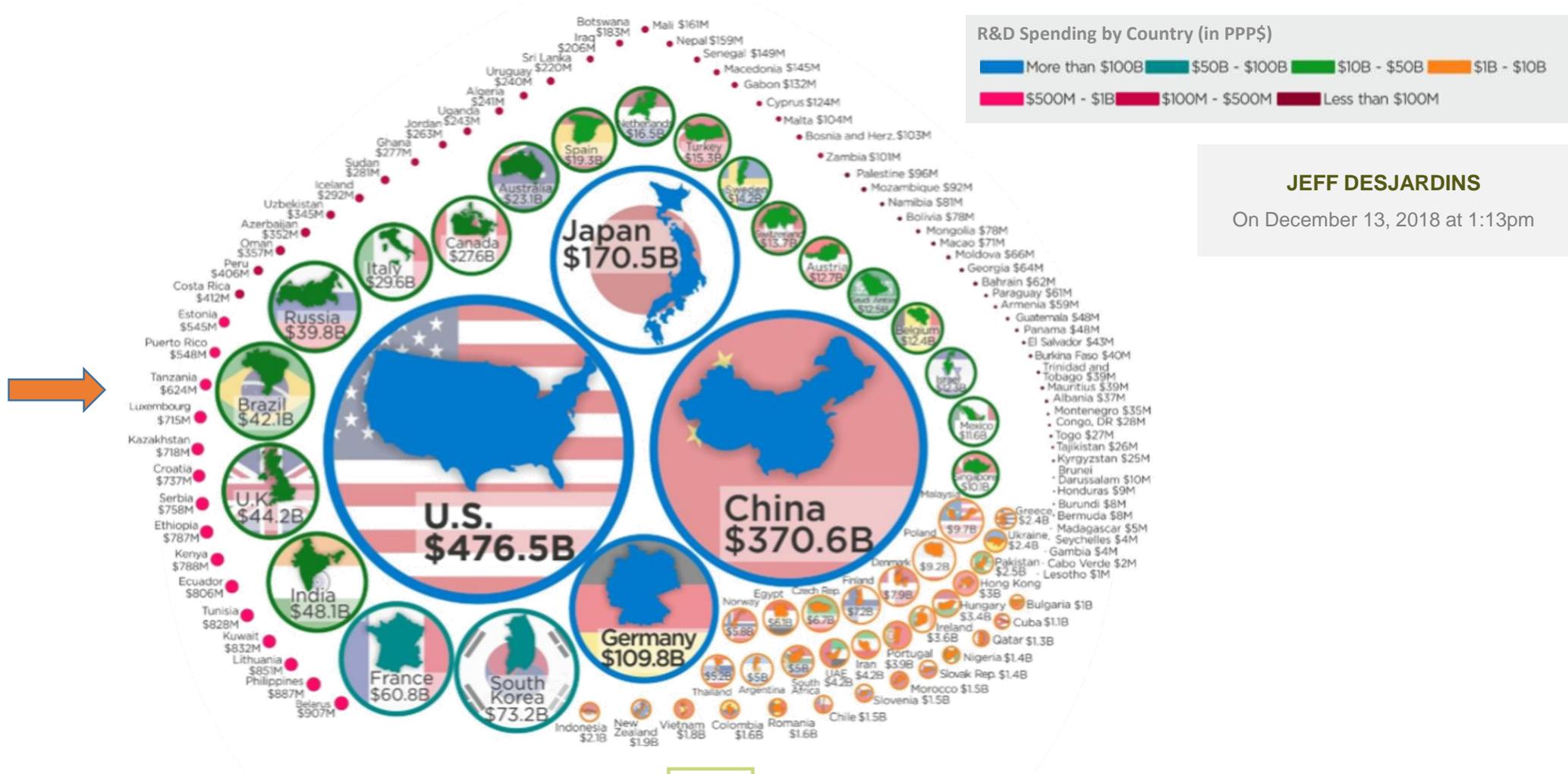


The Challenge

Can technology and innovation help create food systems that are...



Visualizing How Much Countries Spend on R&D



JEFF DESJARDINS

On December 13, 2018 at 1:13pm

Visualizing How Much Countries Spend on R&D

Visualizing How Much Countries Spend on R&D

Innovation can be a major competitive advantage for any developed economy.

However, achieving a sustainable rate of innovation isn't necessarily a straightforward exercise. **The reality is that innovation is a complex and difficult outcome to measure**, and there are many different variables that factor into it at a national level.

Research and development (R&D) expenditure is certainly one of these factors - and while it doesn't always directly correlate with Innovation outcomes, it does represent time, capital, and effort being put into researching and designing the products of the future.

MEASURING R&D SPEND

Today's infographic comes to us from HowNlucn net, and it compares R&D numbers for nearly every country in the world. It uses data from the UNESCO Institute for Statistics adjusted for purchasing-power parity (PPP).

As you can see, R&D expenditures are heavily concentrated at the top of the food chain:

As you can see, R & D expenditures are heavily concentrated at the top of the food chain:

Rank	Country	R & D Spending (PPP)	Global share (%)
#1	United States	\$476,5 billion	26,4%
#2	China	\$370,6 billion	20,6%
#3	Japan	\$170,5 billion	9,5%
#4	Germany	\$109,5 billion	6,1%
#5	South Korea	\$73,2 billion	4,1%
#6	France	\$60,8 billion	3,4%
#7	India	\$48,1 billion	2,7%
#8	United Kingdom	\$44,2 billion	2,5%
#9	Brasil	\$42,1 billion	2,3%
#10	Russia	\$39,8 billion	2,2%
#11	Italy	\$29,6 billion	1,6%
#12	Canada	\$27,6 billion	1,5%
#13	Australia	\$23,1 billion	1,3%
#14	Spain	\$19,3 billion	1,1%
#15	Netherlands	\$16,5 billion	0,9%
All other countries		\$249,8 billion	13,9%

Visualizing How Much Countries Spend on R&D

Can Which countries allocate the highest percentage of their economy to research and development?

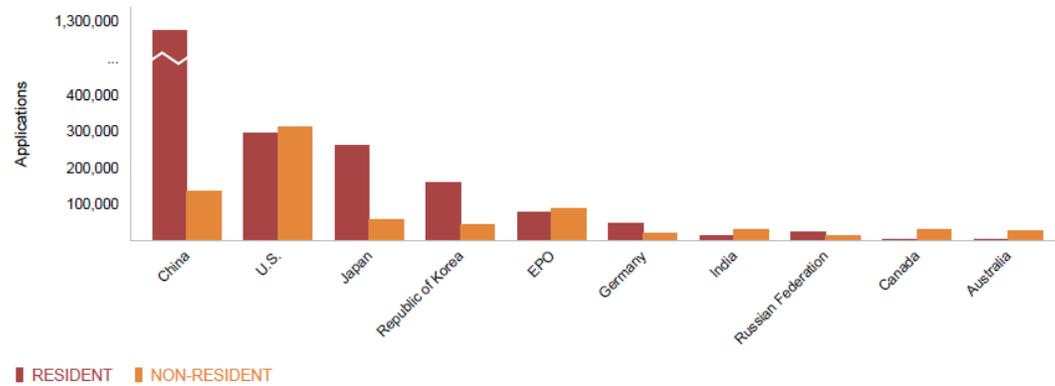
Rank	Country	R&D (as a % of GDP)
#1	South Korea	4.3%
#2	Israel	4.2%
#3	Japan	3.4%
#4	Switzerland	3.2%
#5	Finland	3.2%
#6	Austria	3.1%
#7	Sweden	3.1%
#8	Denmark	2.9%
#9	Germany	2.9%
#10	United States	2.7%

As you can see, countries like South Korea and Japan allocate the highest portion of their economies to R & D, which is part of the reason they rank so highly on the list in absolute terms as well.

Meanwhile, there are some smaller economies – namely Israel (4.2%) – that spend a far higher portion than normal on research.

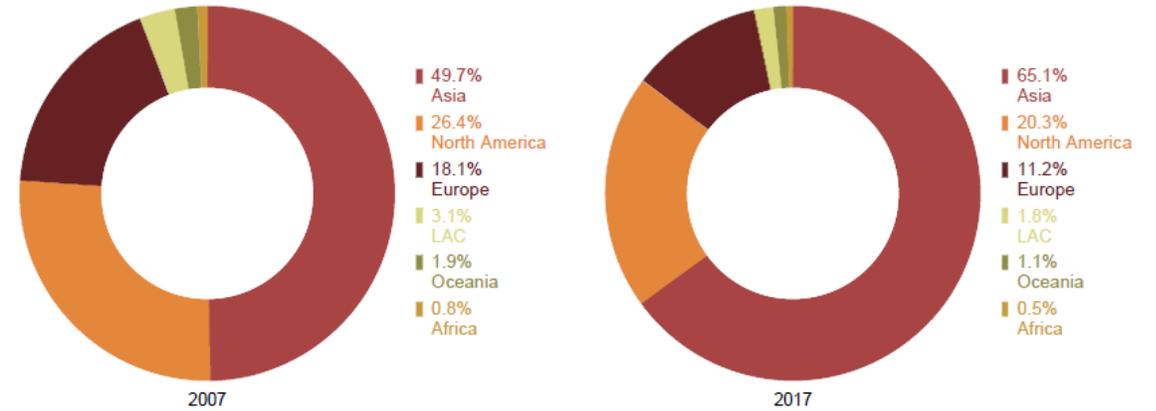
Patentes

IP office of China received 1.38 million applications 1.2. Patent applications at the top 10 offices, 2017



WORLD INTELLECTUAL PROPERTY INDICATORS 2018

Offices located in Asia received 65.1% of all patent applications filed worldwide 1.3. Patent applications by region, 2007 and 2017



From the Startup Nation into the FoodTech Nation

Ahead of Calcalist's and Tnuva's foodtech innovation competition, experts on food and agriculture technologies talked with Calcalist about the industry, its challenges, and the opportunities

Israel has a reputation for being the Startup Nation, but Marcelle Machluf, dean of biotechnology and food engineering at Technion Israel Institute of Technology, predicts that in coming years Israel will be known as the FoodTech Nation.

"Foodtech and biotech are two fields that are climbing to the top of the tech industry," Machluf told Calcalist in a recent interview. "This push is happening for a reason. There is a very clear understanding of just how critical this technology is to our continued existence," she said, adding that in the future, she expects to see food manufacturing processes becoming quicker and more automated, improved shopping experiences, and food that is higher in nutritional values and more affordable while also being produced in a less polluting manner.

Marcelle Machluf. Photo: PR

August 29 is the deadline for submissions to this year's [foodtech innovation competition](#), held by Calcalist in collaboration with Israeli food processing company Tnuva. The finals are set to take place on October 28. Ahead of the competition, Calcalist spoke to experts in the field about the challenges and opportunities in food innovation.

"In a fast-changing world with diminishing resources, food companies must adapt quickly," Oren Avrashi, who heads corporate social responsibility and innovation at Israeli beverage company Tempo beverages Ltd., told Calcalist. "Without adopting new technologies, we won't be able to survive."

"Our biggest challenge is delivering food products as fresh and as natural as possible," Einav Kliger, a lecturer at the food science department at Tel-Hai Academic College, told Calcalist. "This is why food making processes need to be clearly visible to the consumer."

Uma "idéia" inovadora geralmente começa com um problema ou uma solução...

Ecosystemas de inovação:
aproveitando seu poder para o sucesso organizacional e a mudança estratégica.



Inovação – O que é?

Inovação

- MIT define "inovação" simplesmente como: "processo de tirar ideias e causar impacto";
- Foco no processo (não produtos/serviços), destacando toda a jornada;
- Enfatizando que uma "idéia" é a combinação entre um problema e uma solução;
- Observar as organizações envolvidas no processo — de universidades e startups, a corporações e até mesmo governos.



Inovação e comportamento inovador

Distinguir ' inovação ' & ' inovador '

- "Inovação" (com um "I" maiúsculo), que significa processos formais conhecimento de ciência, pesquisa e tecnologia através do impacto, e;
- «comportamento inovador» (com um "i" pequeno), que signifiquem um comportamento/cultura mais amplamente aplicável ao setor privado.

Muitos dos insights sobre "comportamento inovador" vem pela geração das pesquisas sobre as práticas de "inovação", de classe mundiais, de modo que os dois são mutuamente complementares

Importante lembrar que a "inovação" é...

...mais do que apenas a tecnologia, embora as novas tecnologias digitais (de vanguarda "inovação") permitam mais "comportamentos inovadores":

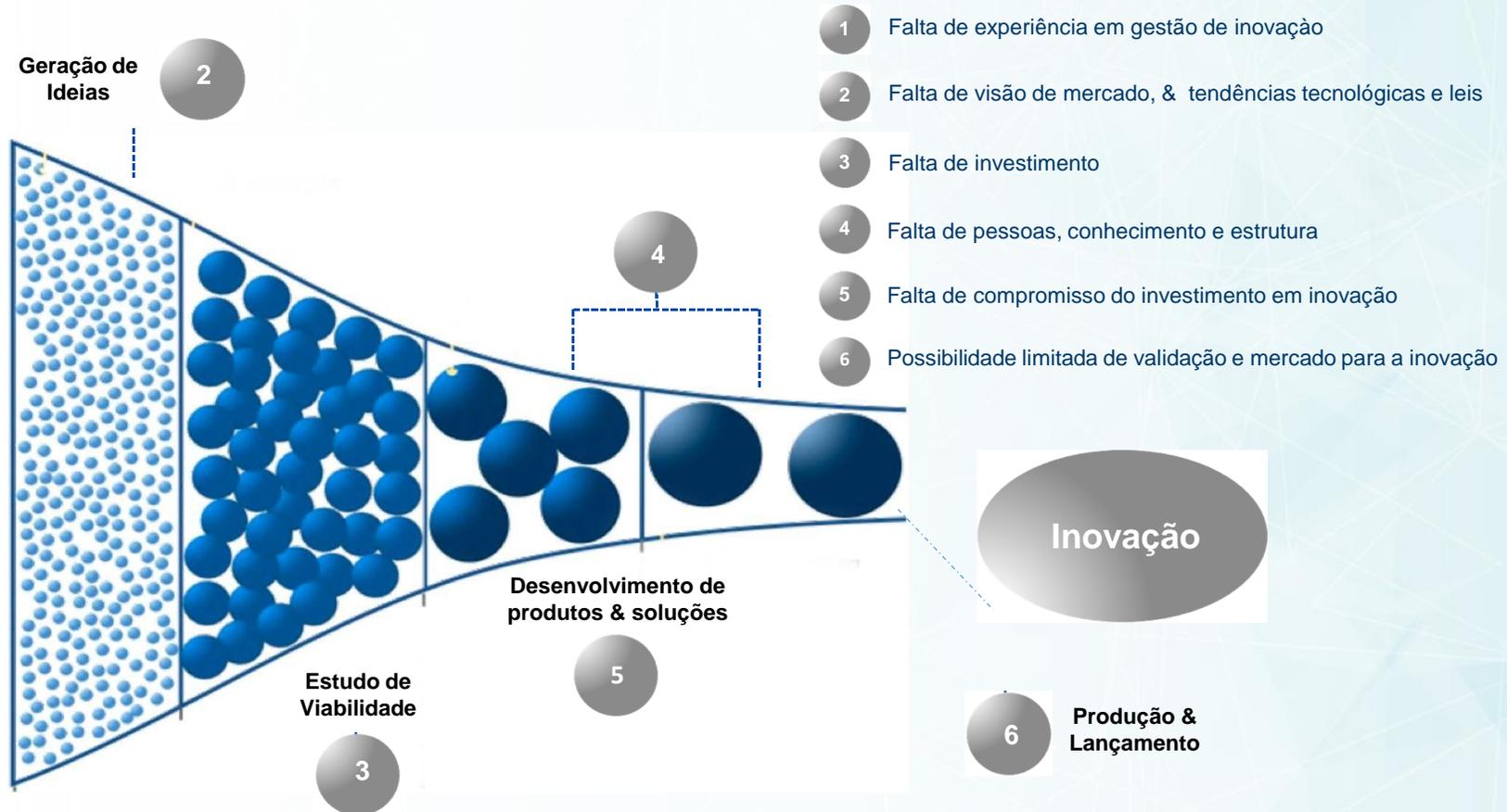
mais do que apenas um "Buzzword", embora haja uma abundância delas (por exemplo, ágil, Lean, intrapreneurs, Sprint, Scrum, plataforma, Hackathon, etc);

e na necessidade de gestão e liderança (uma vez que pode apoiar a mudança nos tempos de incerteza, permitir uma maior diversidade/inclusão, e também capacitar "usuários finais" para promova mudanças de impacto

Liderança de inovação realmente importa. Sem os "comportamentos inovadores", uma organização não terá um retorno sobre o seu investimento em tecnologia, atingir todo o seu potencial durante a incerteza, ou manter/envolver a melhor equipe.

Inovação - Nossa Visão

Processo de Inovação



Loops de inovação *

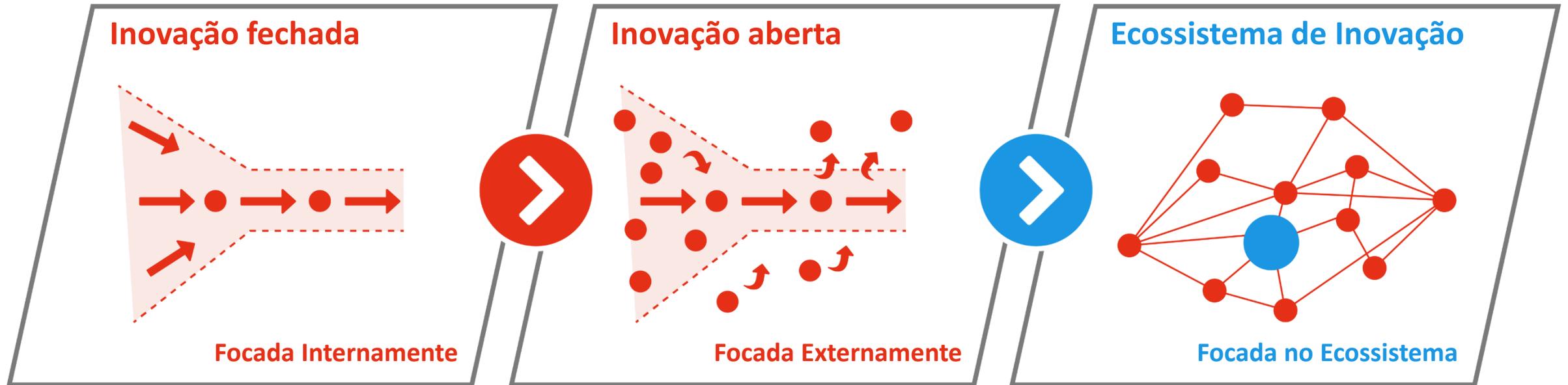


Teste ideias de forma rápida e eficaz, de modo a maximizar a coleta e aprendizado de informações úteis

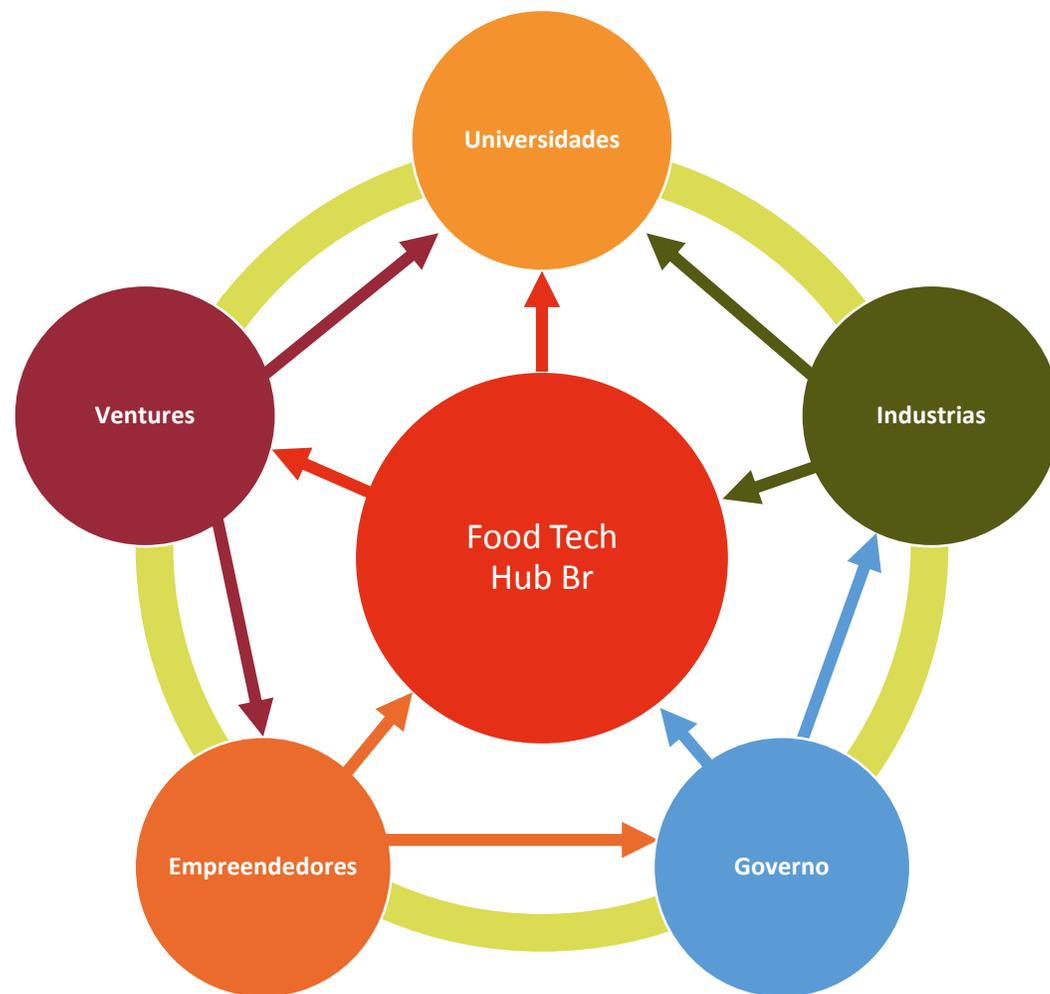
Escolha os próximos passos com base nas lições do seu experimento — guiados pelas evidências e enfatizando suas suposições.

' Como em uma start-up: ágil. empreendedorismo disciplinado, modelo de negócio de canvas

Inovação - Nossa Visão



Modelo de Ecosistema envolve 5 atores estratégicos



Inovação – Empreendedores

O processo de inovação se realiza nos ecossistemas de inovação

- As start-ups empreendedoras são partes interessadas críticas num ecossistema de inovação
- Eles são muito eficazes na condução das fases iniciais do processo de inovação
- Eles começam com uma hipótese da possível correspondência entre um problema e uma solução
- Eles definem, ordenam e testam suposições através de uma série de loops de inovação



Inovação –Empresas e Academia

Para grandes corporações, é hora de melhorar o engajamento com empresários e universidades



Inovação –Empresas

Muitas organizações grandes encontram esses loops desafiadores para implementar internamente assim podem se beneficiar do ecossistema



- Difícil de testar rapidamente - precisão versus velocidade
- Difícil falar diretamente com os clientes
- Poucos métodos para criar protótipos "prontos" para coleta e aprendizado de informações
- Difícil tomar decisões com tão pouca informação
- A comparação com os projetos "do dia a dia" é susceptível e fraca

TOP TEN TRENDS 2019



1 DISCOVERY: THE ADVENTUROUS CONSUMER

Consumers are on a big and broad journey of discovery, moving out of their comfort zones to explore bolder flavors and multisensory food experiences

NEW FOOD EXPERIENCES STORYTELLING
ETHNIC FLAVORS

2 THE PLANT KINGDOM

The plant-based market shows no signs of slowing down. Brands are greening up their portfolios to attract even the mainstream consumer

BRANDS 'GREEN-UP' BOTANICAL FLAVORS
DEVELOPMENT OF HYBRIDS

3 ALTERNATIVES TO ALL

Consumers pay attention to health and sustainability, pushing more innovation in replacement foods and ingredients

ALTERNATIVES BRING CHOICE
SUBSTITUTE INGREDIENTS ALTERNATIVE PROTEINS

4 GREEN APPEAL

Brands increasingly commit in market actions and innovations across both product and packaging to answer consumer expectations around sustainability

FIGHTING FOOD WASTE COMMITTED TO SUSTAINABILITY
PACKAGING INNOVATIONS

5 SNACKING: THE DEFINITIVE OCCASION

Meeting the evolving expectations around snack products is a strong focus for innovation across all food and beverage categories

HEALTHY SNACKING SNACK FORMAT INNOVATIONS
SNACKIFICATION

6 EATING FOR ME

Technological advances and ever expanding choice in food service and retail are enabling consumers to adopt a more individual approach to eating

INDIVIDUAL DIET NEEDS ENDLESS CUSTOMIZATION
PERSONALIZED PACKAGING

7 A FRESH LOOK AT FIBER

Renewed interest in fiber, going beyond digestive health benefits, is driving fiber applications

GROWTH OF FIBER CLAIMS NEWLY DISCOVERED BENEFITS
NEW FIBER APPLICATIONS

8 I FEEL GOOD

Consumers have a rising interest in the role that nutrition can play in supporting emotional and mental wellbeing

FEEL GOOD CLAIMS SUPPORTING BRAIN HEALTH
CBD INFUSED

9 SMALL PLAYER MINDSET

Start-up companies continue to shake up the food and beverage industry, successfully competing against major players who in turn are going small in their strategy

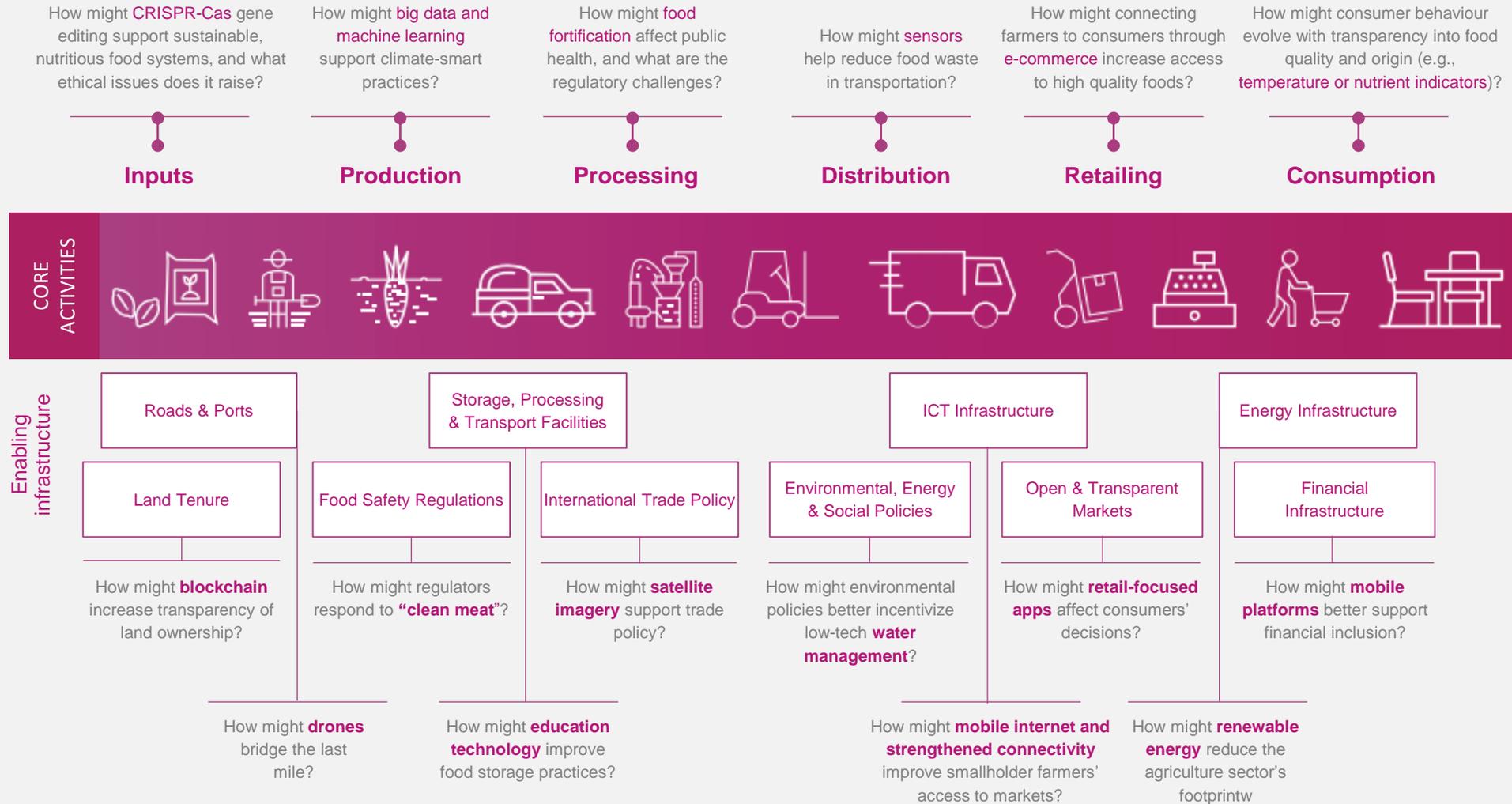
POWER OF LOCAL INSPIRING FOOD GIANTS
START-UP INVESTMENTS

10 CONNECTED TO THE PLATE

Advances in digital technology enable consumers to get closer to their food through greater levels of transparency and involvement

CONSUMER ENGAGEMENT SMART LABEL
BLOCKCHAIN TECHNOLOGY

Technologies and innovation can help address specific challenges in food systems



Porque investir em FOOD TECH no Brasil

- Brasil é um país com uma das maiores biodiversidades do planeta;
- Pesquisadores de alta capacidade técnica;
- Universidades e Centros de Tecnologia de Alimentos com conhecimento para incentivar a inovação;
- Indústria de alimentos corresponde historicamente a 10% do PIB;
- Seguindo os passos de outros centros, o Brasil desenvolveu uma capacidade de ter capital para start ups (Ventures);
- Início de construção de uma cultura empreendedora no país.



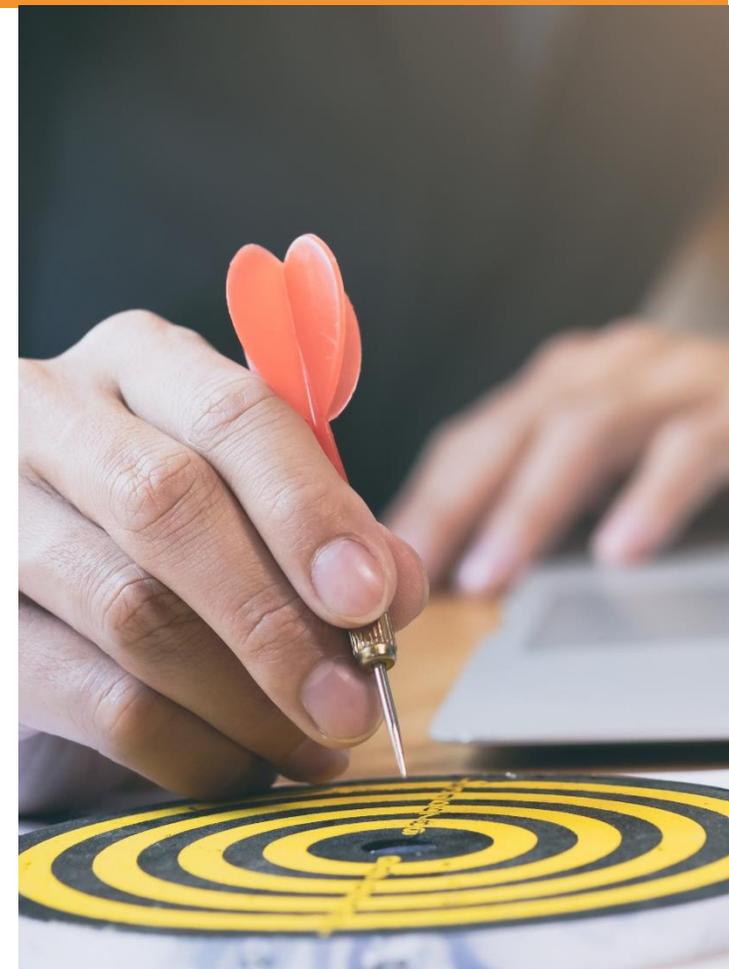
Food Tech Hub br: Nossa visão

- Nossa missão é selecionar, capitalizar, modelar, mentorizar empresas disruptivas na cadeia alimentícia que causem impacto nas verticais selecionadas: Produtos ou Sistemas Produtivos, Embalagens Inteligentes, Food Waste, Food Safety
- Nossa visão é criar um ambiente cooperativo, inovador, com infraestrutura física e intelectual de maneira a criar um dos melhores ecossistemas de inovação em alimentos do mundo.
- Seremos facilitadores da inovação aberta .
- Acreditamos que a tecnologia deve ser utilizada de maneira a criar modelos sustentáveis com ecossistema circular
- Nós acreditamos em acessibilidade, disponibilidade, transparência e responsabilidade e que a tecnologia é o pilar mestre para fazer tudo isso acontecer

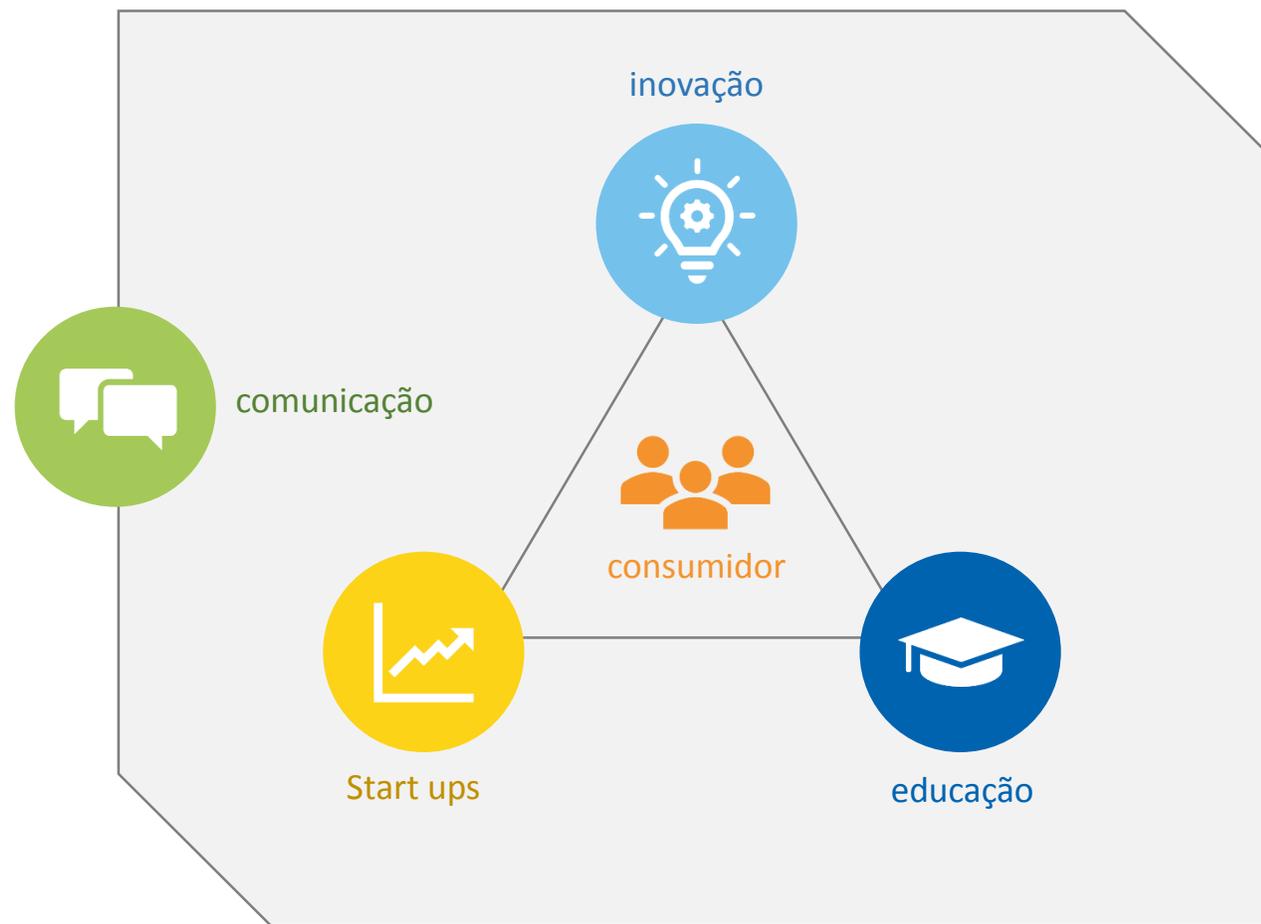


Seis Objetivos Estratégicos

- 1. Superar a baixa confiança do consumidor:** Apoiar a transição para um Sistema da cadeia de alimentos que seja inclusiva e confiável;
- 2. Criar a consciencia de um consumidor que valoriza o alimento saudável e nutritivo:** habilitar as pessoas a serem bem informadas para que façam suas escolhas nutricionais com segurança e sem preconceitos;
- 3. Construir um sistema com foco no consumidor e conectado:** desenvolver uma cadeia de alimentos com tecnologias digitais com consumidores e industria tratados como parceiros iguais;
- 4. Fortalecer a sustentabilidade:** desenvolver soluções para transformar o tradicional use/descarte para um modelo de economia circular;
- 5. Educar para engajar, inovar e avançar:** Prover conhecimentos de sistemas de alimentos para estudantes, empreendedores e profissionais através de programas de formação avançada e cursos on line;
- 6. Catalisar o empreendedorismo e inovação na cadeia de alimentos:** promover a inovação em todos os processos da formação de negócios empresas start ups.



Quatro Pilares estratégicos do FTH



Food Tech Hub Br: Pilares de interesse



Food Tech Hub Br: Parceiro em Venture Capital



SP VENTURES OVERVIEW

EXPERTISE LOCAL EM AGFOOD TECH

FIRMA DE VENTURE CAPITAL - AGFOOD TECH TROPICAL

SP VENTURES INVESTE EM EMPREENDEDORES EXCEPCIONAIS COM EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL NO CRESCENTE SETOR DE AGFOOD TECH BRASILEIRO E SULAMERICANO

spventures

R\$100 mi

Criatec I (2007)

- Time de investimentos com 4 sócios sênior – Maior time dedicado em agronegócio VC da região
- Iniciou como fundo agnóstico. Hoje 100% focado em AgFood Tech
- 18 deals completos em AgFood Tech como gestor de fundo
- Approach de *value-add* já provado para originar e construir ativos de AgFood Tech escaláveis

- Marco na indústria de Venture Capital Brasileira, concebido em 2007 (fundo com 10 anos)
- Seis Polos Regionais - SP Ventures foi selecionado como Gestor Operacional para o polo mais dinâmico e relevante do Brasil; São Paulo.
- SP Ventures representou 27,3% do capital investido com 8 deals completos.
- Iniciou como fundo agnóstico. Se tornou altamente especializado em AgFood Tech, TI B2B e MedTech

R\$105 mi

Ag Ventures I (2013)

(Fundo atualmente sob gestão)

- Target de R\$105 milhões, 4 anos de investimento com 4 anos extras para crescimento do negócio e desinvestimento
- Centrado em AgFood Tech com alguma exposição a mercados dinâmicos de tecnologia: Fintech, TI & MedTech
- Total de 20 investimentos sendo 12 em AgFood Tech (74% *dry powder*), 2 em MedTech e 6 em segmentos de TI (26% do capital comprometido)

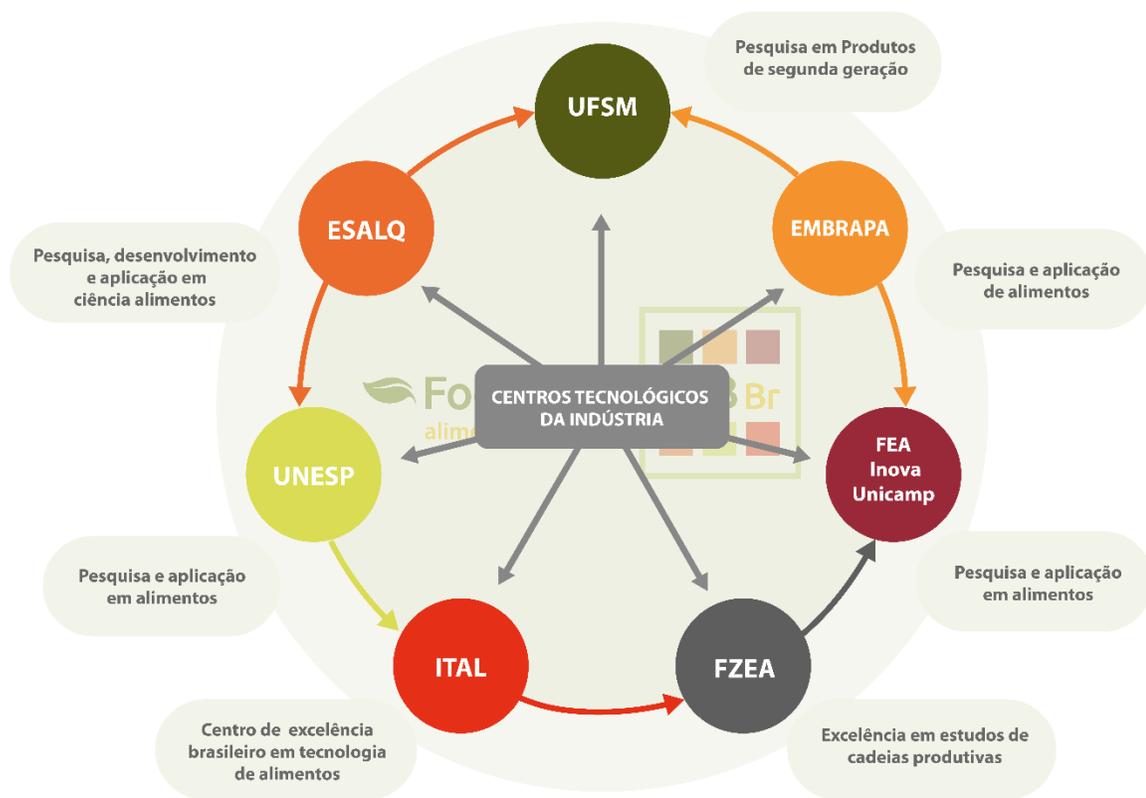


Novo fundo da SP Ventures vai disponibilizar cerca de USD MM 75 para Ag Food Tech start ups.

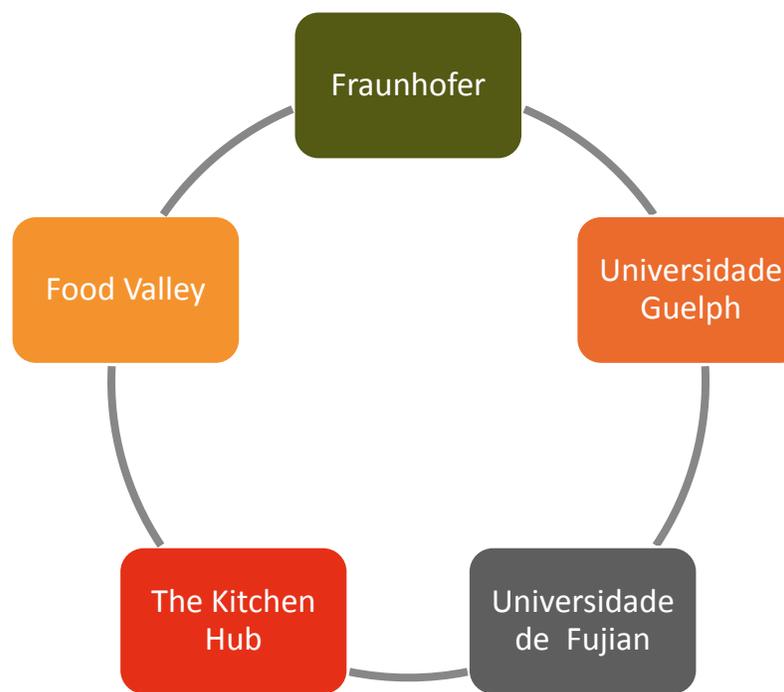
Food Tech Hub br será o gestor operacional da SP VENTURES para Food Techs.

Food Tech Hub Br: Parceiros em conhecimento e tecnologia

Parceiros Nacionais



Parceiros Internacionais

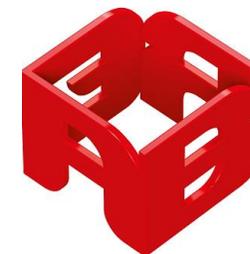


Food Tech Hub Br: Parceiros da Indústria



ABIR

Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas não Alcoólicas



abre

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM

Centro de Inovação





member

Na vanguarda da inovação, conhecimento e empreendedorismo o Food Tech Hub br é o acesso aos melhores recursos através de leque de indústrias, centros pesquisas e universidades a potenciais investidores através de uma comunidade de inovação nacional e internacional permitindo uma exposição ampla em todo o mundo.

Sendo um membro do Food Tech Hub br. empresas aceleram a inovação e desenvolvimento de negócios.

**Alimentos para a
Vida**

ECOSSISTEMA

As empresas, de startup a multinacionais são membros do Food Tech Hub br., o primeiro e principal ecossistema de conhecimento intensivo do Brasil. Este ecossistema é caracterizado por muitas Food Techs disruptivas de classe mundial e pela cooperação entre empresas, instituições de conhecimento, governos e venture capital

Criado em 2019, O Food Tech Hub br ajuda as empresas a identificar as fontes relevantes de conhecimento, apoio e parcerias.

Food Tech Hub br tem um visão panorâmica dos desenvolvimentos da indústria de alimentos, graças a experiência de seus líderes na cadeia de alimentos, experiência na montagem de comunidades de inovação .

O Food Tech Hub br tem como ambição capitalizar, mentorizar, modelar empresas disruptivas na cadeia de alimentos Nossa visão é criar um ambiente cooperativo, inovador, com infraestrutura física e intelectual de maneira a criar um dos melhores ecossistemas de inovação em alimentos do mundo.

Benefícios de Participar do Food Tech Hub br

O PODER DE COLABORAÇÃO

Empresas e organizações no Brasil e América Latina estão convidadas a participar do Food Tech Hub br. Os membros formarão um cluster de empresas latino americanas na cadeia da alimentação. Nesse cluster nascerão as ideias, tendências são identificadas e novas parcerias serão iniciadas. Tudo isso envolto pelo pensamento que inovação irá definir o futuro dos alimentos.

REDE DE OPORTUNIDADES

O Food Tech Hub organizará eventos que facilitarão networking dos atores da cadeia alimentícia: eventos exclusivos para os membros com reuniões de networking com participantes internacionais, buscando troca de conhecimentos e novos parceiros de negócios.

EXPOSIÇÃO AO MERCADO

Ampla oportunidade para gerar publicidade para novas tecnologias e inovações das empresas membros em todo o mundo, 24 horas por dia. O FTH ajuda a atrair a cobertura da mídia internacional dos seus membros através de sites, publicações e apresentações.

APRENDIZAGEM E COMPARTILHAMENTO

Membros receberão atualizações sobre os últimos desenvolvimentos e respostas às questões de inovação do melhor provedor de conhecimento na cadeia alimentícia do Brasil. O Food Tech Hub br informa e facilita a seus membros a obter e compartilhar o conhecimento que eles precisam.



Benefícios Básicos

Sendo membro do Food Tech Hub br a empresa terá um variado portfolio de benefícios:

Perfil da empresa na página do Food Tech Hub br

Logo, publicidade relevantes, link ao nosso site e pessoa de contato

Publicação dos projetos de inovação e novos produtos

No site do Food Tech Hub br

Utilização do marca Food Tech Hub br

Como membro a empresa tem o direito de usar o logotipo de membro do Food tech Hub br no site da empresa e todos os materiais de marketing

Food Tech Hub br Magazine

A empresa receberá duas vezes por ano a Revista Food Tech Hub br Innovation Magazine e também receberá mensalmente a Newsletter



Acesso

Food Tech Hub br - Reuniões com os membros

Visita a empresas, reuniões com importantes lideranças de inovação. Quatro a seis vezes por ano. Cada reunião terá um dos membros do Food Tech Hub br como anfitrião.

Food Tech Hub br - Breakfast

Os desafios atuais e as soluções atuais. Cada Breakfast terá um tema específico. Quatro a seis vezes por ano.

Food Tech Hub br - Executive meeting

Um tema por encontro. Duas a três vezes por ano. Evento fechado, somente com convites.

Food Tech Hub br Forum

Encontro da indústria com a pesquisas. Quatro vezes ao ano. Todo evento terá um tema específico.

Food Tech Hub br - Inovação , Delegações e Negócios

Oportunidades para encontrar potenciais investidores e parceiros de negócios. Duas vezes ao ano. Somente com convites.





There is no limit to what a man can do or how far he can go if he doesn't mind who gets the credit.

Robert Woodruff