



RELATÓRIO DE IMPACTO SOCIAL 2018



VOX
CAPITAL



SUMÁRIO

6 MENSAGEM DA NOSSA EQUIPE

SOBRE NÓS 8
DESTAQUES DE 2018
NOSSOS FUNDOS

14 GESTÃO DE IMPACTO

28 NOSSO PORTFÓLIO
CONSTRUÇÃO DE NOVOS PARADIGMAS EM SERVIÇOS FINANCEIROS
Avante
Celcoin
DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL HUMANO
Sanar
Tamboro
MAXIMIZAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA E DO BEM-ESTAR
Magnamed
Bem.care
ToLife
DESINVESTIMENTO DA TEM

NOSSA ATUAÇÃO NO ECOSISTEMA 60

62 O CAMINHO ADIANTE

NOTAS DO CONTEÚDO 64



MENSAGEM DA NOSSA EQUIPE



EQUIPE VOX
DA ESQUERDA PARA A DIREITA
1ª FILEIRA: CÉLIA ALMEIDA, NICE SOUSA, DANIEL IZZO, JÉSSICA SILVA RIOS
2ª FILEIRA: GILBERTO RIBEIRO, ALIED MÔNICA, PATRÍCIA CORDEIRO NADER
3ª FILEIRA: GABRIELA CHAGAS, BRUNNA ZOGBI E ANA PAULA ROCHA

Os investimentos de impacto estão passando por um momento de rápido crescimento nos últimos tempos. Recentemente, grandes gestoras globais de *private equity* começaram a lançar fundos de impacto de tamanho expressivo.

Esses parecem ser os primeiros passos de um crescimento exponencial, considerando que as novas gerações mostram-se especialmente atraídas por investimentos de impacto e que terão uma influência enorme na forma como o dinheiro é alocado em todo o mundo. Esse cenário cria ainda mais pressão e incentivos para gestores de recursos oferecerem opções de investimento alinhadas com os valores das novas gerações.

Segundo pesquisa da Accenture feita em 2012, até 30 trilhões de dólares serão herdados pela geração millennial nas próximas décadas. E de acordo com o banco americano Morgan Stanley, na comparação com as anteriores, essa geração é duas vezes mais propensa a investir em empresas ou fundos que tenham objetivos de impacto social ou ambiental positivo.

Os negócios de impacto, inclusive, já começam a servir como exemplo de gestão e governança para grandes empresas, como apresenta artigo publicado na edição de março/abril da Harvard Business Review, intitulado "The Dual Purpose Playbook", que se utiliza das práticas da Vox Capital como um dos exemplos. Segundo as autoras, quatro alavancas são fundamentais para se criar uma organização com propósito: (1) definir e monitorar objetivos de impacto além dos financeiros; (2) estruturar a organização de forma a apoiar as atividades financeiras e as de impacto; (3) contratar e integrar funcionários para que incorporem ambas as atividades, e (4) praticar uma liderança com mentalidade dupla.

Um dos principais desafios, senão o maior, para os investimentos de impacto darem conta desse crescimento acelerado é, efetivamente, desenvolver metodologias de avaliação de impacto com o rigor necessário para que se tornem padrão de mercado. Para que, no futuro, vejamos empresas com a "liderança com mentalidade dupla" citada no artigo de Harvard, precisaremos de uma comunicação comum entre os investidores de impacto e alternativas robustas para avaliação dos resultados por empresas independentes.

Quanto ao desenvolvimento de um linguajar comum para o mercado, estamos acompanhando de perto e colaborando com o crescimento da iniciativa Impact Management Project (ou IMP), que conta com a participação e *inputs* de mais de 2.000 organizações do mundo todo, na busca por padronizar a forma como se pensa o objetivo de impacto a ser alcançado por cada empresa ou fundo. Neste documento já usamos a metodologia do IMP para comunicar nossa visão de impacto. Acreditamos importante, dessa forma, além de entrar nas transformações causadas por cada empresa do portfólio dos nossos dois fundos, também nos aprofundar um pouco mais na discussão da metodologia do IMP e da forma como olhamos para o impacto.

Ainda há muito para se fazer no desenvolvimento de modelos de avaliação que sejam aceitos e entendidos amplamente, como são as demonstrações de resultados e os balanços financeiros. Aqui mostramos onde estamos atualmente na nossa jornada. Esperamos que seja útil para todos os interessados no tema. Agradecemos possíveis *feedbacks* ou ideias para melhorias. O caminho é de todos nós!

Boa leitura!
Equipe Vox Capital

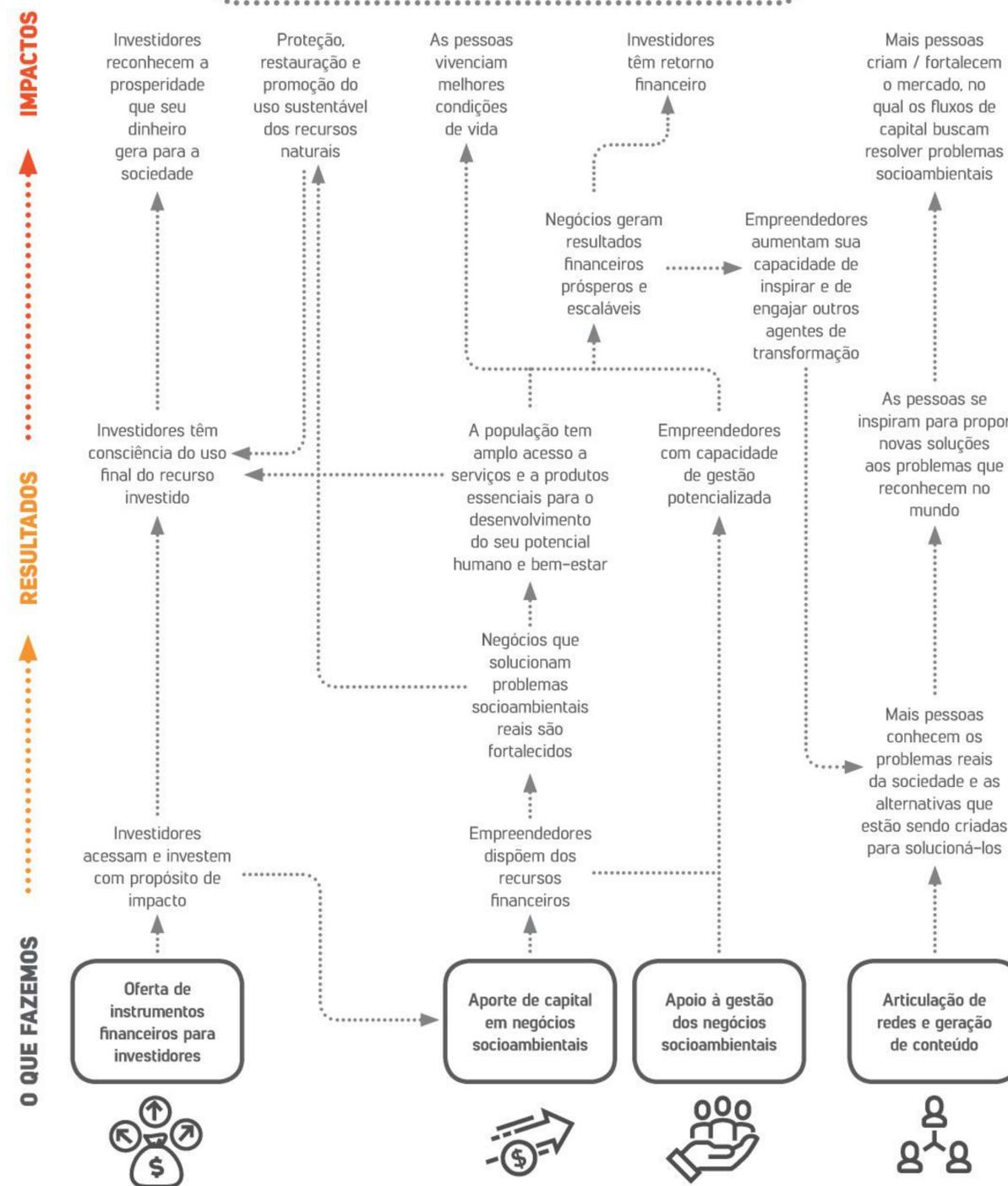
SOBRE NÓS

A Vox Capital é uma gestora pioneira em investimentos de impacto no Brasil. Investimos em negócios que usam tecnologia para transformar positivamente a sociedade e o meio ambiente, contribuimos para o fortalecimento do ecossistema de negócios de impacto e inspiramos pessoas a fazerem parte dessa transformação.

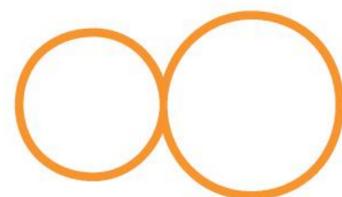


O QUE QUEREMOS

CRIAR UM MUNDO EM QUE O FLUXO DO DINHEIRO GERA ABUNDÂNCIA, EQUIDADE E TRANSFORMAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS POSITIVAS



DESTAQUES DE



PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS QUE MARCARAM NOSSA JORNADA EM 2018

FEV

Fomos citados na lista **Impact Assets 50** pelo 6º ano consecutivo.

MAR

Investimento realizado em participação acionária na **Sanar**.

JUN

Realizamos a 2ª edição do **Portas Abertas**, em parceria com Quintessa.
Realizamos a 3ª edição do **Fórum de Finanças Sociais**, em parceria com o ICE e Impact Hub.
Desinvestimento da Tem – primeira saída bem-sucedida de investimento de impacto no Brasil.

JUL

Realizamos o encontro **IMPACTO 2018**, em parceria com a ABVCAP, ANDE e BID-FOMIN.

AGO

Conclusão da rodada de investimentos *Series C* da **Avante**. Investimento realizado pela Vox Capital com participação da Oiko Credit e Genera.

NOV

Nossa sócia, Jéssica Silva Rios, foi citada na **Top Women Investing in Latin American Tech**.

NOSSOS FUNDOS

VOX IMPACT INVESTING I

★ *Primeiro Fundo de Investimento em Participação de Impacto do Brasil*

Tipo: FIP (Instr. CVM 578/16)

Ano: setembro de 2012

Estágio: desenvolvimento do portfólio / desinvestimento

Tamanho: R\$ 84,35 milhões

Investimentos: • 10 investimentos em participações acionárias
• 10 investimentos em dívidas conversíveis

Portfólio Ativo:



VOX IMPACT INVESTING II

Tipo: FIP (Instr. CVM 578/16)

Ano: agosto de 2016

Estágio: captação / investimento / desenvolvimento do portfólio

Tamanho: até R\$ 80 milhões

Investimentos: 3 investimentos em participação acionária

Portfólio Ativo:





GESTÃO DE IMPACTO

Os investimentos de impacto têm gerado cada vez mais interesse em todo o mundo. Com o surgimento de novos modelos de negócio e ofertas de instrumentos financeiros diversos, torna-se necessário um maior alinhamento em relação às expectativas sobre os retornos de impacto e financeiro.

Da mesma forma que, para a consolidação e o avanço do mercado de capitais foi necessária a construção de um entendimento compartilhado sobre os objetivos financeiros, os objetivos de impacto também necessitam de uma linguagem comum.

O conceito mais utilizado atualmente traz uma visão macro para sua definição: "Investimentos realizados com a intenção de gerar impacto social e/ou ambiental positivo juntamente com retornos financeiros"^[1], mas deixa aberta a interpretação dos fundamentos para a avaliação do impacto.

De um lado, já se tem clareza de que os objetivos financeiros envolvem três principais dimensões: risco, retorno e liquidez. Pelo lado do impacto, o **Impact Management Project (IMP)**[®] surge como uma importante iniciativa para buscar um consenso semelhante sobre os diferentes aspectos do impacto gerado por uma organização.

A primeira fase do IMP envolveu diferentes atores, com o intuito de mapear os fundamentos sobre como entendemos impacto. O projeto baseou-se em pesquisa e geriu grupos focais em diversas demografias e geografias ao redor do mundo, para ouvir como as pessoas impactadas pensam sobre sua experiência.

A Vox Capital colaborou com a primeira fase do projeto, conduzindo, em julho de 2017, sessões de discussão entre empreendedores, gestores de fundos e investidores, a fim de incluir as **visões dos atores brasileiros**[®] na construção do consenso global.

Em 2018, a iniciativa evoluiu de uma visão conceitual para a aplicação prática e começamos a implementar o IMP em nossa abordagem de impacto já nos novos investimentos realizados pelo fundo Vox Impact Investing II.

Uma compreensão compartilhada não requer que todos usemos os mesmos recursos para coleta de dados ou para as abordagens de mensuração, mas traz a relevância de termos fundamentos em comum quando falamos sobre impacto.



O **Impact Management Project (IMP)** é uma iniciativa global que envolve mais de 2.000 atores da cadeia de valor, entre empreendedores, gestores de fundos, investidores, alocadores de recursos e intermediários.

O objetivo dessa iniciativa é criar um consenso sobre como falamos, medimos e gerenciamos impacto.

Para saber mais sobre o Impact Management Project acesse o link:

www.impactmanagementproject.com

**IMPACT
MANAGEMENT
PROJECT**



Os feedbacks do Brasil e seu impacto no projeto encontram-se detalhados em: **Perspective Brazilian Market**. Para consultar o conteúdo, acesse o link: <https://impactmanagementproject.com/local/perspective-from-the-brazilian-market/>

[1] DEFINIÇÃO DA GLOBAL IMPACT INVESTING NETWORK (GIIN)

FUNDAMENTOS DO IMPACT MANAGEMENT PROJECT

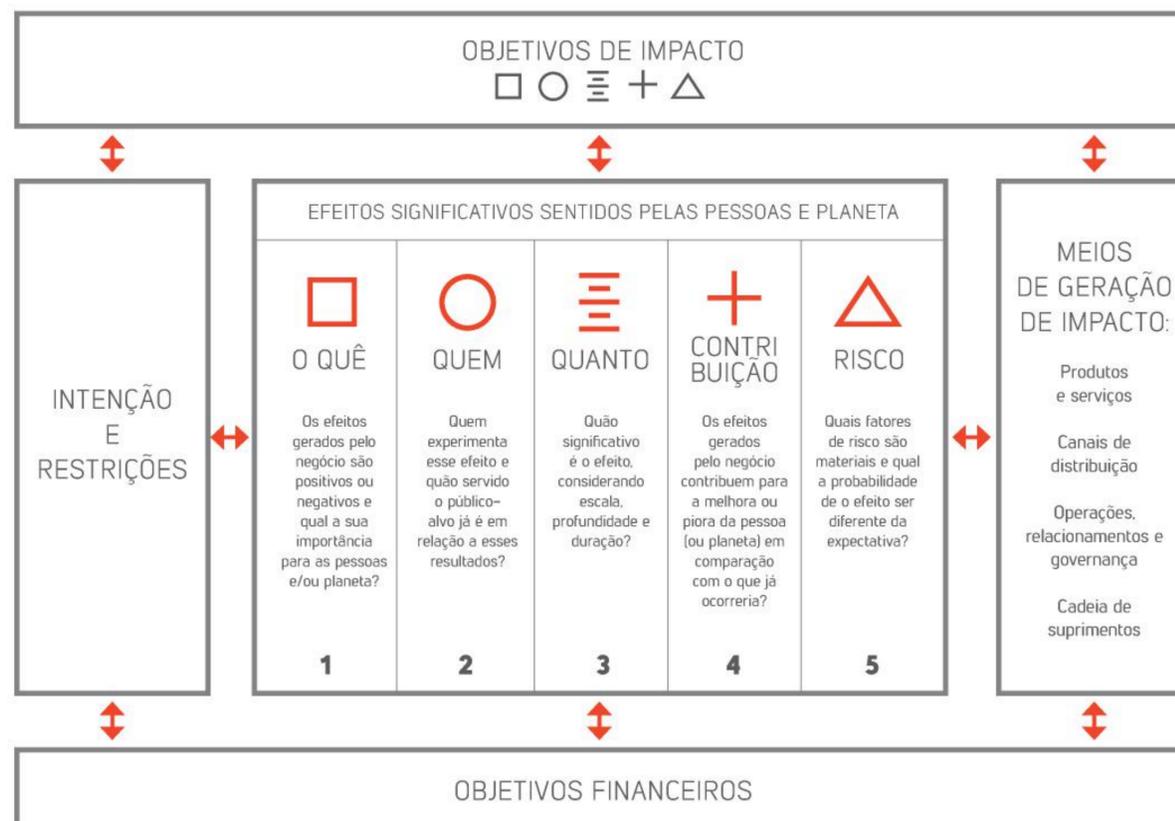
Reconhecer as múltiplas dimensões do impacto experimentado pelas pessoas e pelo planeta é base para a compreensão das mudanças causadas pelos produtos e serviços.

O IMP propõe um consenso global para que impacto seja definido por 5 dimensões: **o quê, quem, quanto, contribuição e risco.**

Essas dimensões trazem para a mesa uma percepção ampliada sobre o impacto e, a partir dela, como podemos melhor definir os resultados esperados e gerenciar os processos em busca dos objetivos.

O processo de gestão de impacto requer algumas etapas, que se influenciam mutuamente:

- Compreender as intenções e restrições;
- Projetar um modelo de entrega (ou um portfólio de modelos de entrega) que gere efeitos sobre as pessoas e/ou o planeta por meio dos produtos e serviços, dos canais de distribuição, da operação, da governança e/ou da cadeia de suprimentos;
- Definir os objetivos de impacto;
- Definir os objetivos financeiros;
- Coletar, analisar e avaliar as informações sobre os efeitos experimentados pelas pessoas e/ou pelo planeta.



A CONTRIBUIÇÃO DO INVESTIDOR

A classificação do impacto de um portfólio de investimento considera o tipo de impacto que um negócio gera nas pessoas e/ou no planeta, junto com a estratégia que o investidor usa para contribuir com a geração desse impacto.

O IMP aborda três tipos de impacto que um investimento pode ter: **A, B** ou **C**.

Agir para evitar danos: escolha de empresas 'responsáveis', com a intenção de prevenir ou reduzir a geração de impacto negativo.

Beneficiar os *stakeholders*: escolha de empresas que beneficiam os seus diversos *stakeholders*, com a intenção de gerar resultados de impacto positivo, como por exemplo desenvolvimento da cadeia de suprimentos, da comunidade em que está inserido ou dos seus trabalhadores.

Contribuir para soluções: escolha de empresas que atuam para a solução de problemas vivenciados pela população e/ou problemas que atingem o planeta, com a intenção de gerar resultados de impacto positivos.

Como investidores, também devemos estabelecer a contribuição que desejamos fazer para que as empresas nas quais investimos tenham seu impacto potencializado.

Neste sentido, o IMP lista possíveis estratégias nas quais os investidores podem posicionar sua atuação:

- Sinalizar que impacto mensurável é importante.
- Envolver-se ativamente, com apoio à gestão do negócio.
- Fomentar mercados novos ou mal servidos.
- Fornecer capital flexível, tolerando inclusive retornos abaixo do mercado.

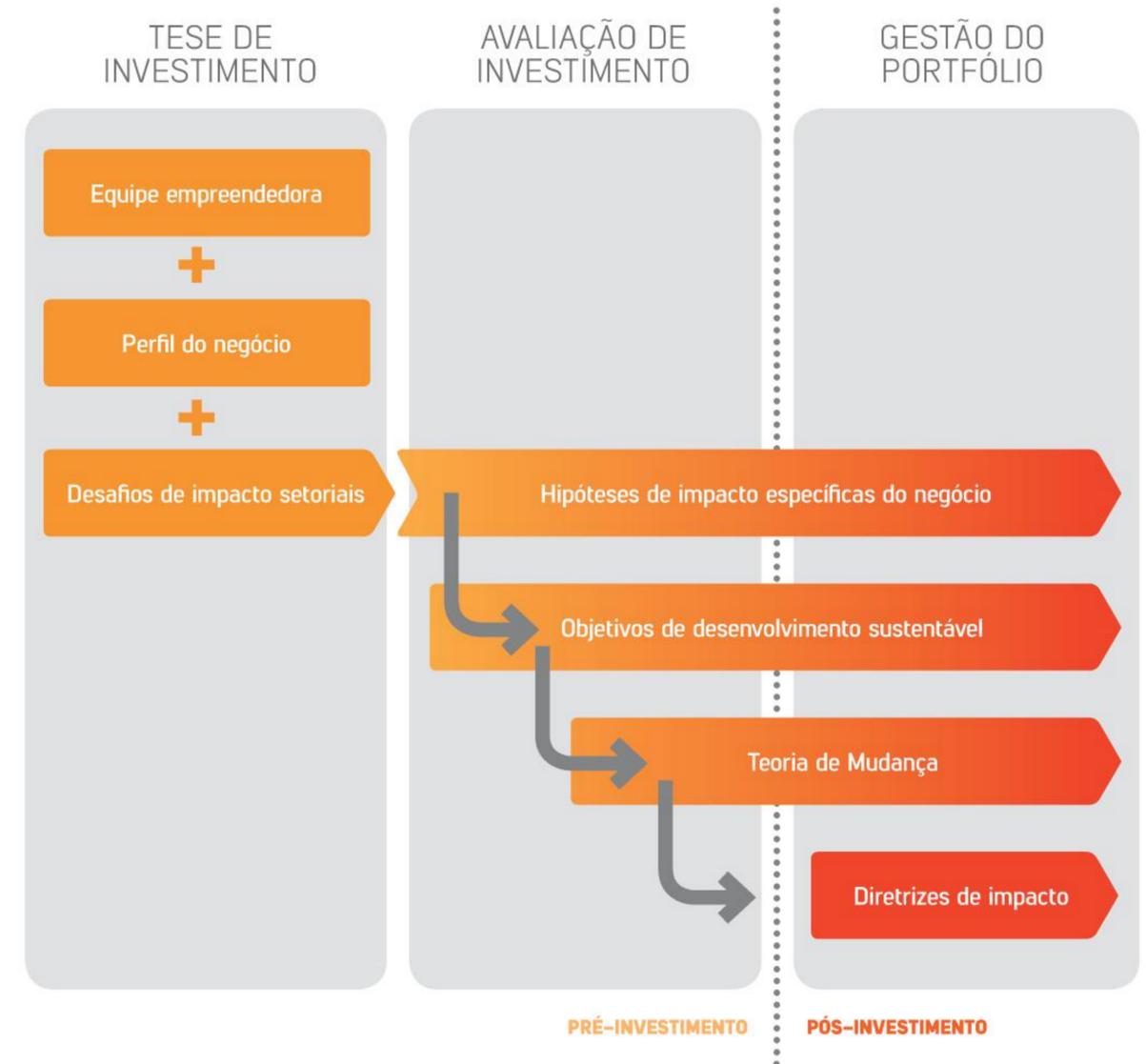
Como investidores, devemos considerar a nossa própria atuação como alavanca para a geração de impacto dos negócios

A matriz abaixo posiciona o objetivo de impacto dos negócios com a contribuição do investidor, apoiando o alinhamento das expectativas de cada uma das partes.

		OBJETIVO DE IMPACTO DOS NEGÓCIOS		
		Agir para evitar danos	Beneficiar os stakeholders	Contribuir para soluções
CONTRIBUIÇÃO DO INVESTIDOR	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			
	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			
	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			
	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			Nossos fundos estão aqui
	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			
	Sinalizar que o impacto implica em + Envolver-se ativamente + Fomentar mercados novos ou mal servidos + Fornecer capital flexível			

IMP NA NOSSA ABORDAGEM DE IMPACTO

O nosso olhar para o impacto nasce em nossa tese de investimento e permeia todos os processos que envolvem a nossa relação com os empreendedores.



IMPACTO AO LONGO DE TODO O CICLO DE INVESTIMENTO



TESE DE INVESTIMENTO: VOX IMPACT INVESTING I E VOX IMPACT INVESTING II

Na tese dos nossos fundos I e II, abordamos a intenção e as restrições dos investimentos, o meio de geração de impacto e os nossos objetivos.

Buscamos empresas com soluções inovadoras que contribuam para a redução de desigualdades sociais entre as classes de mais alta renda e as classes C, D e E no Brasil. As nossas empresas investidas trabalham especialmente com os 65% da população brasileira que possuem renda familiar abaixo da mínima necessária.

ABORDAGENS DE RENDA MÍNIMA

LINHA DA POBREZA CORRIGIDA¹

R\$600 MENSAL

O Banco Mundial estabeleceu a linha da pobreza como renda mínima familiar necessária para garantir necessidades básicas. Os indivíduos que vivem abaixo dessa linha são considerados em situação de pobreza extrema.

SALÁRIO MÍNIMO²

R\$998 MENSAL

A Constituição Federal do Brasil estabeleceu o salário mínimo como renda mínima familiar para garantir moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social.

SALÁRIO MÍNIMO NECESSÁRIO³

R\$3.959 MENSAL

Renda mínima familiar necessária para acessar o que o salário mínimo visa garantir, calculada a partir do custo da cesta básica alimentícia e da proporção da renda que ela representa.

FONTE: 1) LINHA DA POBREZA CORRIGIDA SEGUNDO O BANCO MUNDIAL | 2) SAL. MÍNIMO ESTABELECIDO PELO GOVERNO FEDERAL | 3) SALÁRIO MÍNIMO NECESSÁRIO ESTIMADO PELO DIEESE (DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS)

DISTRIBUIÇÃO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS DE ACORDO COM SUA FAIXA DE RENDA¹

		Faixas de renda per capita mensal	Faixas de renda familiar mensal	Renda familiar em salário mínimo
Alta Classe Alta	6%	Acima de R\$ 3.923	Acima de R\$ 13.731	> 13,8
Baixa Classe Alta	15%	R\$ 1.613 - R\$ 3.923	R\$ 5.643 - R\$ 13.731	5,7 a 13,8
Alta Classe Média	16%	R\$ 1.014 - R\$ 1.612	R\$ 3.547 - R\$ 5.642	3,6 a 5,7
Média Classe Média (C1)	18%	R\$ 697 - R\$ 1.013	R\$ 2.437 - R\$ 3.546	2,4 a 3,6
Baixa Classe Média (C2)	16%	R\$ 461 - R\$ 696	R\$ 1.611 - R\$ 2.436	1,6 a 2,4
Vulneráveis (D1)	14%	R\$ 256 - R\$ 460	R\$ 894 - R\$ 1.610	0,9 a 1,6
Pobres (D2)	8%	R\$ 128 - R\$ 255	R\$ 446 - R\$ 893	0,4 a 0,9
Extremamente Pobres (E)	7%	Até R\$ 127	Até R\$ 445	< 0,4

FONTE: 1) ESTIMATIVAS DO PLANO CDE COM BASE NA PNAD 2017 (IBGE). SEGMENTAÇÃO DE CLASSE SOCIAL SEGUNDO A SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS (SAE). CÁLCULO BASEADO NO SALÁRIO MÍNIMO ATUAL R\$ 998,00 E PELO TAMANHO MÉDIO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRA DE 3,5 PESSOAS

Acreditamos que a redução da desigualdade socioeconômica e a solução dos problemas ambientais extrapola elementos financeiros. É necessária uma abordagem multidimensional, levando em consideração elementos que influenciam o desenvolvimento humano e a melhoria das nossas condições de vida.

Dessa forma, atrelamos os objetivos de impacto de nosso portfólio com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS)** recomendados pela ONU.

Com os fundos Vox Impact Investing I e Vox Impact Investing II, investimos em negócios que estão dando ou melhorando o acesso e a qualidade do serviço nos setores de educação, saúde e serviços financeiros.



Tendo em vista os grandes desafios econômicos, sociais e ambientais que permeiam todo o planeta, as Nações Unidas estabeleceram 17 **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)** como parte de uma agenda de prioridades e aspirações globais para 2030, apresentando uma oportunidade para que as soluções e tecnologias empresariais dialoguem com os maiores desafios mundiais.

Os 17 ODS desdobram-se em 169 metas específicas, compondo uma ampla variedade de tópicos interrelacionados ao redor das dimensões econômica, social e ambiental.

Para saber mais sobre os ODS, acesse o link: www.nacoesunidas.org





EFEITOS QUE DESEJAMOS ALCANÇAR COM OS NOSSOS INVESTIMENTOS

<p>O QUÊ</p>	<p>Resultados relacionados ao impacto gerado pelo negócio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento do potencial humano • Maximização da qualidade de vida e bem-estar • Novos paradigmas em serviços financeiros 	
<p>QUEM</p>	<p>Perfil de quem é atendido, considerando quanto servido o público-alvo já é em relação a esses resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • População mal servida nos três macro-objetivos 	
<p>QUANTO</p>	<p>Quão significativo é o efeito, considerando escala e profundidade do negócio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Soluções com potencial de gerar efeitos significativos • Negócios escaláveis e/ou replicáveis 	
<p>CONTRIBUIÇÃO</p>	<p>Contribuição do negócio em comparação com o que já ocorreria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melhoria das condições de vida a partir do acesso aos produtos e serviços 	
<p>RISCO</p>	<p>Estratégia para a mitigação dos riscos do impacto ser diferente da expectativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa já operacional • Coleta de dados sobre a experiência do consumidor • Conhecimento sobre os três setores de investimento • Apoio à gestão e acompanhamento das atividades da empresa 	

Os fundos Vox Impact Investing I e Vox Impact Investing II operam sob o modelo de *venture capital* e prospectam negócios de impacto social que se enquadrem nas categorias abaixo:

TIPO DE CAPITAL: capital paciente na forma de participação acionária ou dívida conversível.

ESTÁGIO DO NEGÓCIO: negócios com tração comercial em fase de prova de *product/market fit* ou escala.

GEOGRAFIA: todo o território nacional.

TAMANHO DO INVESTIMENTO: de R\$ 2 milhões a R\$ 10 milhões, em troca de 20% a 35% de participação acionária na empresa.

PRINCIPAIS CRITÉRIOS DA NOSSA ANÁLISE:

<p>EQUIPE EMPREENDEDORA</p>	<p>PERFIL DE NEGÓCIO</p>	<p>PROPOSTA DE VALOR</p>
<p>Equipe empreendedora com intenção proativa de atender a uma demanda real da população de baixa renda e de gerar impacto social positivo.</p>	<p>Negócios escaláveis e/ou replicáveis que usam tecnologias, com soluções capazes de atender à população como um todo, mas que sejam especialmente voltadas para resolver problemas de pessoas de baixa renda.</p>	<p>Proposta de valor que ofereça resposta a problemas reais da população brasileira de baixa renda.</p>

AS 5 DIMENSÕES NA AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTO E GESTÃO DO PORTFÓLIO

No decorrer do processo de avaliação de investimento, analisamos as hipóteses de impacto com base nos efeitos gerados pelo negócio nas **5 dimensões**: O QUÊ, QUEM, QUANTO, CONTRIBUIÇÃO e RISCO.

Completamos nossa análise com a condução de um *workshop* em conjunto com os empreendedores e o time de liderança da empresa, para desenvolver sua teoria de mudança.

Partimos da definição do problema e do público-alvo, para então identificar o propósito de impacto do negócio e as relações causais entre os níveis de *input*, *output* e *outcome*.

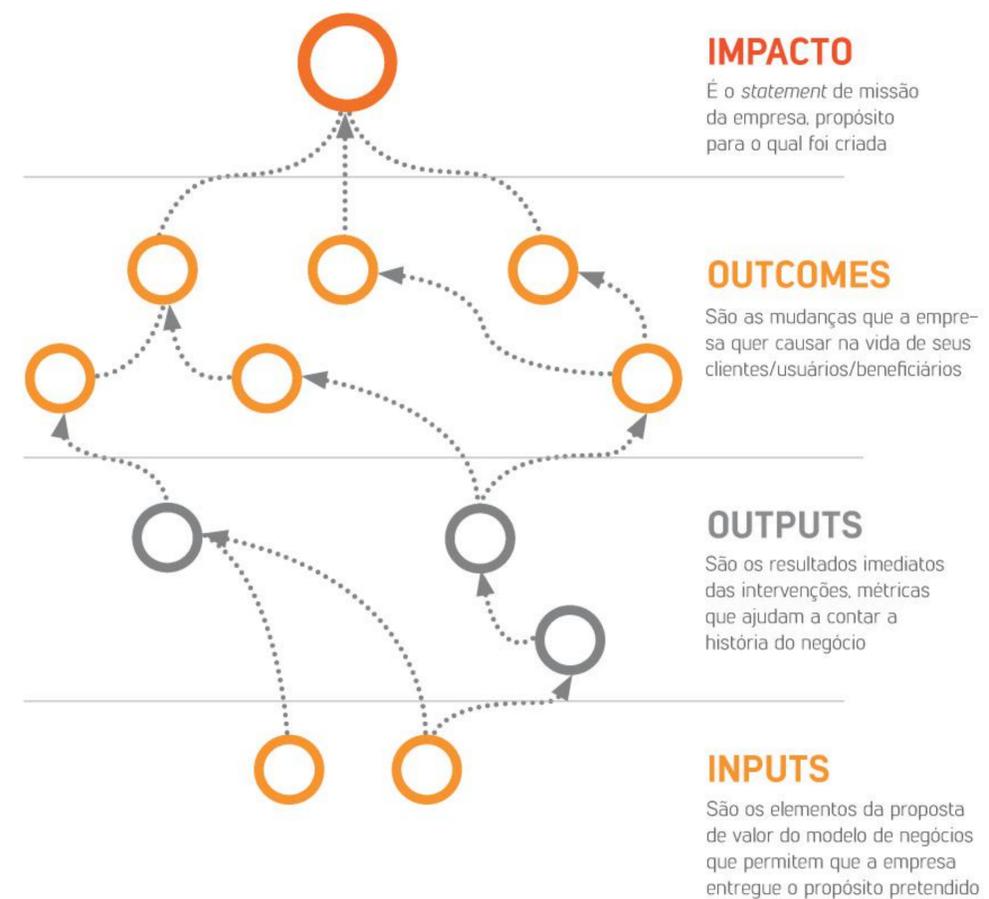
Uma vez aprovado o investimento na empresa, adotamos as cinco dimensões e os principais indicadores estabelecidos na Teoria da Mudança como diretrizes de impacto para o nosso processo de gestão de portfólio.



+ Para a análise do **O QUÊ, QUEM, QUANTO, CONTRIBUIÇÃO e RISCO**, abordamos:

- Entendimento da lacuna social que a solução pretende endereçar e ODS vinculados;
- Informações demográficas, distribuição geográfica da base de clientes e dados secundários sobre o mercado consumidor;
- Consulta a especialistas do setor como apoio para o nosso entendimento e validação da relevância da proposta de valor do negócio;
- Percepção do usuário por meio de pequenas entrevistas com as pessoas que já tiveram contato com a solução;
- Mapeamento dos riscos que podem influenciar um efeito de impacto de solução diferente da nossa expectativa.

MAPA DA TEORIA DA MUDANÇA



O que aprendemos ao longo da nossa jornada:

A Teoria da Mudança...

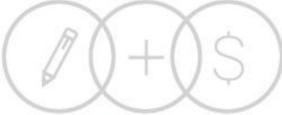
Após o desenvolvimento de diversas teorias de mudança nos últimos anos, percebemos que, em empresas que têm o impacto como parte central de seu negócio, o mapeamento reflete o caminho da criação de valor da empresa e, como consequência, as métricas tornam-se formas de avaliar se a empresa efetivamente está entregando sua proposta de valor ao cliente.

Nesses casos, a Teoria da Mudança torna-se uma ferramenta que está profundamente alinhada com o negócio e que ajuda o empreendedor na sua tomada de decisão e visão estratégica.



NOSSO PORTFÓLIO

2 
FUNDOS DE INVESTIMENTO
VOX IMPACT INVESTING I
VOX IMPACT INVESTING II

3 
SETORES DE ATUAÇÃO
EDUCAÇÃO,
SAÚDE
E SERVIÇOS
FINANCEIROS

13 
EMPRESAS INVESTIDAS^[2]

8 
EMPRESAS SOB GESTÃO

72 
MILHÕES DE PESSOAS^[1]
ATENDIDAS PELO PORTFÓLIO EM 2018

7 
ODS^[3]
RELACIONADOS COM O NOSSO PORTFÓLIO

[1] ESTE INDICADOR REFERE-SE À ESTIMATIVA DO NÚMERO DE PESSOAS ATENDIDAS PELAS EMPRESAS DO NOSSO PORTFÓLIO DURANTE O ANO DE 2018, COM BASE NOS PRODUTOS E SERVIÇOS VENDIDOS. VALE RESSALTAR QUE O RACIONAL DO INDICADOR DE PESSOAS ATENDIDAS VARIA DE ACORDO COM O MODELO DE NEGÓCIO E COM AS PREMISSAS UTILIZADAS PARA CADA EMPRESA. A VOX ESTÁ CONSTANTEMENTE TRABALHANDO PARA APOIAR OS EMPREENDEDORES NA MELHORIA DAS ESTIMATIVAS E COLETA DESSE INDICADOR POR CADA NEGÓCIO.

[2] INVESTIMENTOS EM PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA.

[3] 7 ODS ATRELADOS ÀS EMPRESAS INCLuíDAS EM NOSSA CARTEIRA DE INVESTIMENTO, POR MEIO DE 19 METAS ESPECÍFICAS.



NOSSO PORTFÓLIO

CONSTRUÇÃO DE NOVOS PARADIGMAS EM SERVIÇOS FINANCEIROS



DATA DE INVESTIMENTO: NOVEMBRO/14
FUNDO: **VOX IMPACT INVESTING I**

www.avante.com.vc

O PROBLEMA

Aproximadamente 50 milhões de brasileiros são desbancarizados¹ e 70% das agências bancárias estão concentradas nas regiões Sul e Sudeste do país², o que faz com que boa parte dos microempreendedores não tenha acesso a serviços financeiros.

Cientes com menor poder aquisitivo são gerenciados de forma coletiva, os produtos financeiros ofertados são massificados e raramente adequam-se às necessidades de cada cliente, sobretudo às demandas das classes C, D e E. Resultado disso, as taxas de juros tendem a exceder níveis razoáveis e as formas de se relacionar com o cliente geram frustrações, seja no tratamento ou pela impossibilidade dos usuários cumprirem com certas exigências. Falta comunicação e distribuição personalizada dos produtos financeiros já existentes, para que a população compreenda sua dinâmica e tome decisões mais assertivas. Dessa forma, uma quantidade enorme de microempreendedores não consegue acessar serviços financeiros que possibilitem o investimento em seus negócios.

NOTA:
1 ESTIMATIVA BASEADA NA PESQUISA GLOBAL FINDEX DATABASE, 2014, (BANCO MUNDIAL) CONSIDERANDO QUE 68% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA (INDIVÍDUOS ADULTOS) POSSUEM CONTA EM ALGUMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA NO PAÍS. 2 SEGUNDO RELATÓRIO DE INCLUSÃO FINANCEIRA DO BANCO CENTRAL - NÚMERO 3, 2015

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
MICROCRÉDITO		
1 VOLUME DE MICROCRÉDITO CONCEDIDO (000)	89.879	95.967
2 EMPREENDEDORES ATENDIDOS	33.148	37.968
AVANTE PAGAMENTOS		
3 VOLUME TOTAL TRANSACIONADO (000)	5.498	36.996
4 EMPREENDEDORES ATENDIDOS	12.816	61.392

O PROPÓSITO

Humanizar os serviços financeiros para melhorar a qualidade de vida dos microempreendedores e gerar desenvolvimento econômico.

O NEGÓCIO

A Avante é uma empresa de soluções financeiras para micro e pequenos empreendedores em regiões atendidas de maneira ineficiente pelo sistema financeiro atual. Atuando na distribuição de microcrédito produtivo e orientado, e na oferta de meios de pagamento, o objetivo da empresa é facilitar a vida do microempreendedor, oferecendo um serviço ágil e personalizado. A empresa combina tecnologia (tablets com a automação da rotina dos agentes e *credit scoring* próprio), com orientação ao microempreendedor e distribuição no *last mile*, por meio de uma equipe própria de agentes residentes nas regiões onde atuam.

ODS



DESTAQUES DE 2018

- Conclusão da rodada de investimentos *Series C*. O novo aporte foi realizado pela Vox Capital e contou com a entrada de dois novos investidores: Oiko Credit, investidora de impacto social e cooperativa mundial, e o Fiinlab, laboratório de inovação do grupo Genera.
- A Avante foi selecionada pelo World Economic Forum (WEF) e pelo International Finance Corporation (IFC) como uma das 50 *startups* latino-americanas que moldam o futuro da região.
- Parceria com o Insper Metricis para o desenvolvimento de um estudo sobre os efeitos do microcrédito ofertado no desempenho dos negócios. O avanço desse estudo inédito no campo visa a construção de um FPI (Fair Price Index), fortalecendo o entendimento do impacto gerado, a estratégia de produtos e a comunicação da empresa.

GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 55,5 | *Benchmarking**: 32,1

*Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS

QUEM FAZ ACONTECER



CLÉCIO LIMA

"Sucesso para mim é fazer algo que eu amo todos os dias. É poder acordar cedo e ter um propósito, e saber que isso pode mudar a vida das pessoas. Aqui na Avante, eu sinto uma vontade enorme de conseguir mudar a vida das pessoas menos favorecidas, que constroem o nosso País, mas que não são tratadas com o respeito e o carinho que merecem para que seus negócios possam crescer e alcançar um futuro melhor."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"O maior desafio de uma Fintech, para mim, é atingir escalabilidade. É transformar um negócio com alguns milhares de clientes em um negócio com milhões de clientes. E assim poder tratar um cliente pequeno como se fosse grande, oferecer um preço muito baixo, causar impacto e ainda ser uma empresa lucrativa. Para isso, é imprescindível o uso de tecnologia, de análise massiva e contínua de dados, e de muita criatividade."

CLÉCIO LIMA, CEO DA AVANTE



SUZANA GIRAÓ

"Meu salário não supria as despesas do lar. Decidi deixar o trabalho e montei uma pequena loja de bijuterias. Após muito trabalho e dedicação, tenho hoje duas lojas. A Avante tem papel importantíssimo nessa história toda. Enchi a minha prateleira com o financiamento para capital de giro e ainda vendi muito mais com o app de pagamentos que a agente me apresentou. Na Avante, me sinto querida e bem atendida. Eu nem precisei de avalista. Isso prova que temos mesmo um relacionamento de confiança."

SUZANA GIRAÓ, AUTÔNOMA, PACAJUS - CE

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA



O PROBLEMA

Aproximadamente 35% dos municípios brasileiros não possuem agência bancária¹. Apesar da expansão das lotéricas na última década, levando inclusão financeira para a população mais desassistida, muitas estão fechando suas portas pelos altos custos operacionais e transacionais. O uso dos canais digitais para pagamento de conta ainda não faz parte da realidade de boa parte dos brasileiros: 79% das transações financeiras ainda eram realizadas fora dos canais digitais em 2015².

A população em regiões desassistidas pelo sistema financeiro, além de sofrer pela falta de acesso, incorre em custos de transação mais altos, porque precisa considerar o tempo e o custo de deslocamento para realizar o pagamento de contas. Além disso, é exposta a situações com maior risco de furto ou roubo por precisar se locomover com volumes significativos de dinheiro.

NOTA: 1 SEGUNDO RELATÓRIO DE INCLUSÃO FINANCEIRA DO BANCO CENTRAL - NÚMERO 3, 2015 | 2 SEGUNDO PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2018

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
1 NÚMERO DE AGENTES CELCOIN	2.286	6.020
2 INCREMENTO MÉDIO NA RENDA DO AGENTE	RS 95.69	RS 110.66
3 QUANTIDADE MÉDIA DE PESSOAS ATENDIDAS POR AGENTE	108	129
4 NÚMERO DE CIDADES COM AGENTE CELCOIN	780	1.509
5 NÚMERO DE CLIENTES FINAIS ATENDIDOS	247.376	779.444

O PROPÓSITO

Criar uma rede fértil de serviços que gerem negócios entre a população, para democratizar acesso e oportunidades.

O NEGÓCIO

A Celcoin é uma empresa de tecnologia que atua como um correspondente bancário mobile. Sua proposta de valor está focada em dois pilares:

(I) Aumentar o acesso da população a pontos de atendimento bancário.

(II) Alavancar o fluxo financeiro de micro e pequenos empreendedores, permitindo que qualquer pessoa com atividade comercial complemente sua renda, tornando-se um canal de correspondência e serviços digitais para a população.

A empresa usa tecnologia para ofertar um portfólio de serviços digitais que propiciam conveniência à população e valor à operação comercial dos microempreendedores locais, tornando-os Agentes Celcoin. Na interação com o Agente Celcoin, o usuário final tem acesso a um canal para pagamento de contas, recarga de celular ou compra de serviços digitais, sem sofrer com a falta de postos de atendimento bancário ou enfrentar filas em outros estabelecimentos. Para o Agente, a Celcoin complementa sua atividade com a oferta de um portfólio de serviços digitais, além de ampliar o fluxo de clientes em seus pontos de venda. Os produtos são disponibilizados para os Agentes por meio de aplicativo para smartphones e plataforma web com linguagem acessível, intuitiva e sem nenhum custo ou burocracia. Adicionalmente, os Agentes têm acesso ao material de PDV dos serviços e a um POS integrado ao aplicativo, para apoio do seu fluxo comercial geral.

ODS



GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

A avaliação do GIIRS é realizada anualmente em fevereiro, considerando a data base do ano anterior. A Celcoin passou a fazer parte de nosso portfólio após o período da avaliação de 2019, referente à data-base 2018.

QUEM FAZ ACONTECER



MARCELO FRANÇA

"Proporcionamos novas oportunidades e geramos um aumento da renda para milhares de pequenos empreendedores. E, em parceria com os nossos Agentes, damos acesso a novos serviços para mais de 1 milhão de usuários que já pagam suas contas e consomem produtos em nossa rede. Desenvolver, fomentar e fazer essa rede crescer de forma exponencial é a minha grande motivação."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"Lançamos o Celcoin em 2016 e a nossa rede já conta com mais de 6.000 Agentes, que atendem cerca de 1 milhão de pessoas todos os meses. Nosso grande desafio é fazer a rede crescer de forma acelerada, levando mais oportunidades para microempreendedores e acesso a novos serviços para o consumidor final."

MARCELO FRANÇA, FUNDADOR E CEO DA CELCOIN

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA



MESSIAS COSTA

"A Celcoin é uma alternativa para quem faz pagamentos, recargas, recarga de TV pré-paga, Netflix, vende passagem de ônibus. É uma empresa que veio somar com meu estabelecimento, que já prestava serviço de informática, consultoria, xerox. Moro aqui no interior, que fica a cerca de 25 km da cidade. É bem complicado para o pessoal fazer seus pagamentos. Sempre tive um sonho de colocar esse tipo de negócio aqui no meu interior. Cheguei a abrir até empresa, mas os bancos já me viraram as costas por eu ser novato, pequeno, né, embora eu tivesse um sonho."

MESSIAS COSTA, MICROEMPREENDEDOR E AGENTE CELCOIN EM MARCO - CE





NOSSO PORTFÓLIO

DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL HUMANO

SANAR

DATA DE INVESTIMENTO: MARÇO/18
FUNDO: VOX IMPACT INVESTING II

www.editorasanar.com.br
www.sanarflix.com.br

O PROBLEMA

O acesso a conteúdo de qualidade para profissionais de saúde é escasso, principalmente fora dos grandes centros do País. Isso se deve à baixa qualidade das unidades de ensino disponíveis, que apresentam infraestrutura insuficiente e déficit de docentes especialistas. As informações disponíveis são dispersas e não oferecem direcionamento sobre como aplicar o conhecimento adquirido. Como consequência, a qualidade e a produtividade do setor são prejudicadas, assim como os caminhos para o desenvolvimento dos profissionais.

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
PRODUTOS		
1 VOLUME DE LIVROS VENDIDOS	57.500	102.540
2 VOLUME DE CURSOS VENDIDOS	6.262	10.741
3 ASSINATURAS SANARFLIX	456	4.497
ALUNOS/PROFESSORES		
4 QUANTIDADE DE ALUNOS E LEITORES	35.933	56.766
5 QUANTIDADE DE PROFESSORES E AUTORES	701	1.018
6 NOTA MÉDIA DAS AULAS – PERCEPÇÃO DO ALUNO (MIN. 1 A MÁX. 5)	4,27	4,45

O PROPÓSITO

Melhorar a qualidade da saúde no Brasil através da formação dos diversos profissionais que integram o setor.

O NEGÓCIO

A Sanar é uma empresa de educação para profissionais de saúde que realiza curadoria, produção e distribuição de livros e cursos a distância. Sua abordagem pedagógica é focada em suprir as lacunas técnicas e práticas desses profissionais.

A Sanar comunica-se com estudantes e profissionais da área de saúde através de redes sociais, onde faz a oferta organizada de informações gratuitas nas comunidades gerenciadas pela empresa nas redes sociais no meio digital. Nessas interações, a empresa identifica dores de seus clientes e rapidamente desenvolve produtos de alta qualidade a um preço acessível, com sua metodologia colaborativa de produção de conteúdo.

O portfólio de produtos da Sanar está estruturado em três pilares:

(I) Conteúdo para profissionais de diversas áreas da saúde – enfermagem, nutrição, fisioterapia, psicologia, farmácia e odontologia.

(II) Preparatório para a residência médica, voltado para médicos recém-formados. O curso, até 10x mais barato que as demais alternativas do mercado, é reconhecido pela alta qualidade. Recentemente, a Sanar registrou a aprovação de 13 estudantes nas provas mais concorridas do País.

(III) Sanarflix, um portal de conteúdo educacional por assinatura, voltado para estudantes universitários. O Sanarflix já foi utilizado em 6 países e possui mais de 4 mil usuários.

ODS



GIIRS – DIMENSÃO CLIENTES

2018: 24,0 | Benchmarking*: 32,1

*Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER

UBIRACI DAS MERCÊS

"Nossa energia emana do desejo de olhar a evolução do indivíduo e de estimular o propósito do profissional da saúde. Apesar de ter um olhar para o indivíduo, acredito que empoderar uma boa formação na saúde pública é incalculável. Também nos motiva muito criar um ambiente empreendedor com bons valores em Salvador."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"A Sanar cresceu muito após o investimento. O momento agora é de consolidar a estrutura organizacional inovadora que criamos no ano passado, trazer experiência para o time e garantir a captação de recursos financeiros para aumentar nosso time de engenharia."

UBIRACI DAS MERCÊS, COFUNDADOR E CEO DA SANAR

ANDRÉ LUIS GOBATO

"A gente percebeu que o paciente demorava muito pra fazer a traqueostomia¹ – uma semana ou mais. A partir da nossa pesquisa, ela passou a ser feita guiada por ultrassonografia como técnica padrão do hospital, e o que anteriormente demorava uma semana, agora é questão de horas. Isso acelerou a rotatividade de pacientes na UTI, atendendo, com o mesmo número de leitos, um número maior de pacientes. Recebi mensagens de gente do mundo inteiro, o pessoal mandando vídeo para perguntar e corrigir como era feito o procedimento. Mostramos que nosso impacto não é só local, mas mundial."

DR. ANDRÉ LUIS NUNES GOBATO, PROFESSOR E ESPECIALISTA TÉCNICO QUE COMPÕE A EQUIPE DE AUTORES DE CONTEÚDO NA SANAR.

O PROCEDIMENTO ADOTADO PARA A NOVA TÉCNICA DE TRAQUEOSTOMIA FAZ PARTE DO CONTEÚDO DISTRIBUÍDO NO SANARFLIX.

1. TRAQUEOSTOMIA: INTERVENÇÃO CIRÚRGICA QUE CONSISTE NA ABERTURA DE UM ORIFÍCIO NA TRAQUEIA E NA COLOCAÇÃO DE UMA CÂNULA PARA A PASSAGEM DE AR.

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA



ARGENTINA
BOLÍVIA
COLÔMBIA
PARAGUAI
URUGUAI

O PROBLEMA

As constantes transformações nas relações econômicas, impulsionadas pela globalização e novas tecnologias, têm exigido mudanças no mercado de trabalho e no perfil dos profissionais. O sistema educacional atual não desenvolve as competências necessárias para essa nova realidade, diminuindo as chances de alocação e crescimento profissional dos jovens e, conseqüentemente, aumentando a disparidade socioeconômica no Brasil.

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
ENSINO MÉDIO		
1 NÚMERO DE ALUNOS	-	659
2 ESCOLAS/INSTITUTOS	-	1
ENSINO SUPERIOR		
3 NÚMERO DE USUÁRIOS	26.399	56.259
ENSINO CORPORATIVO		
4 EMPRESAS CLIENTES	1	4
5 NÚMERO DE USUÁRIOS	15.010	18.333

O PROPÓSITO

Criar conexão entre pessoas e oportunidades, desenvolvendo competências essenciais para uma sociedade em transformação.

O NEGÓCIO

A plataforma da Tamboro é voltada para jovens profissionais que querem se preparar para garantir as melhores oportunidades de trabalho. A empresa ajuda a desenvolver habilidades essenciais, tanto para a carreira quanto para a vida pessoal, como resolução de problemas, criatividade, capacidade de comunicação, entre outras. Por meio de sua plataforma, capaz de acompanhar e avaliar a evolução do usuário, a Tamboro forma pessoas cada vez mais capacitadas para construir um mundo melhor.

ODS



GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 49,7 | Benchmarking*: 32,1

*Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER

SAMARA WERNER



"A vontade de realizar algo inovador faz parte do meu imaginário e, a partir de múltiplas experiências, pude comprovar a força da juventude brasileira, que precisa de acesso a uma educação conectada com o mundo atual. A cada dia, eu renovo o objetivo de levar a plataforma de desenvolvimento de skills da Tamboro para mais lugares e, assim, alcançar um equilíbrio entre lucro e impacto social."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

Estruturar equipe para escala do produto. Para sermos bem-sucedidos, precisamos de uma área comercial, de sucesso do cliente e de marketing estruturadas. Nosso TI, por sua vez, deve acompanhar o crescimento sem frear a evolução de um dos nossos principais ativos: o algoritmo único, que utiliza inteligência artificial para avaliar habilidades socioemocionais."

SAMARA WERNER, COFUNDADORA E CEO DA TAMBORO

MARIA DO CARMO



"A plataforma faz com que a gente desenvolva o lado criativo, e nos ajuda a lidar melhor não só com o cliente, mas com a gente mesmo. Todas as trilhas são boas, mas a que mais me chamou a atenção foi a de falar em público (trilha "Todo mundo pode falar bem"). Essa trilha me encantou e me ajudou muito como consultora. Porque eu sou uma pessoa tímida, mas quando eu vi que existiam outras formas de falar com o meu público, através de textos, de figuras na internet, isso facilitou muito o meu trabalho. Hoje coloco sempre imagens e um texto meu quando eu vou fazer propaganda de um produto."

MARIA JOVENTINA SANTIAGO CRUZ DO CARMO, CONSULTORA NATURAL EM RIO LARGO, ALAGOAS

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA





EDUFUTURO

DATA DE INVESTIMENTO: MARÇO/17
FUNDO: VOX IMPACT INVESTING II

www.edufuturo.com.br

O PROBLEMA

O Ensino Fundamental I (ciclo do 1º ao 5º ano) é o momento marcado pela alfabetização dos alunos. Neste período observa-se diferenças expressivas entre as taxas de aprovação por série, sendo alarmante a baixa aprovação no 3º ano, etapa típica de um aluno de 8 anos e no final do ciclo de alfabetização. Mais de 50% dos estudantes do 3º ano do Ensino Fundamental¹, mesmo havendo passado por três anos de escolarização, apresentam resultados insatisfatórios para leitura, escrita e matemática. Esse gargalo não gera apenas distorções idade-série, mas afeta toda a trajetória do aluno nos anos posteriores. O baixo desempenho dos alunos deve-se, entre outros fatores, à baixa qualidade e eficiência dos materiais didáticos e métodos usados pelas redes educacionais do Brasil, que em sua maioria não incorporaram os importantes avanços das novas tecnologias e das neurociências.

NOTA 1: AVALIAÇÃO NACIONAL DE ALFABETIZAÇÃO (ANA) 2016

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
1 ALUNOS - REDE PÚBLICA	3.076	911
ALUNOS - REDE PRIVADA	1.053	939
2 ESCOLAS - REDE PÚBLICA	26	4
ESCOLAS - REDE PRIVADA	14	6
PROFESSORES FORMADOS		
3 - REDE PÚBLICA	115	33
PROFESSORES FORMADOS		
- REDE PRIVADA	63	41

O PROPÓSITO

Ser um agente protagonista da transformação educacional do Brasil, para que todos possam ter acesso a oportunidades educacionais de excelência e desenvolver ao máximo seus potenciais.

O NEGÓCIO

A Edufuturo é uma empresa de educação e tecnologia baseada em quatro pilares de atuação:

- (I) Metodologia de ensino.
- (II) Conteúdos audiovisuais.
- (III) Redes de formação de gestores educacionais e professores.
- (IV) Consultoria.

A Conecturma, principal produto da Edufuturo, é uma metodologia voltada para a aprendizagem de Língua Portuguesa, Matemática e competências socioemocionais, reunindo livros didáticos, plataforma digital adaptativa e gamificada, desenhos animados, músicas e fantoches cuidadosamente combinados para aumentar a motivação, o interesse e a concentração de crianças de 3 a 11 anos de idade. Os materiais adequam-se a diferentes contextos e o seu uso faz com que crianças, professores e famílias tenham uma experiência educacional mais interativa e relevante.

ODS



GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 48,9 | Benchmarking*: 32,1

*Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER



GABRIELA REZENDE

"Sinto-me realizada em conduzir a Edufuturo por diversos motivos, o maior deles é a transformação da educação. O impacto que nossos projetos trazem é gratificante. O sucesso é ver cada mais vez mais pessoas impactadas, sentindo satisfação em aprender, em ensinar, em ir para a escola. Com a evolução da educação iremos transformar o nosso País."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

A evolução da educação tem acontecido, no entanto essas transformações não têm sido suficientes para colocar o País no patamar educacional necessário, tanto do ponto de vista da igualdade de oportunidades que a educação deve proporcionar a todos os cidadãos, quanto da competitividade e desempenho. Temos que ter muita persistência para continuar com nossos projetos, pois não é tão simples aprová-los junto às secretarias de educação. Há escassez de recursos, que dentre outros fatores, complica a priorização dos projetos educacionais inovadores."

GABRIELA REZENDE, CEO DA EDUFUTURO

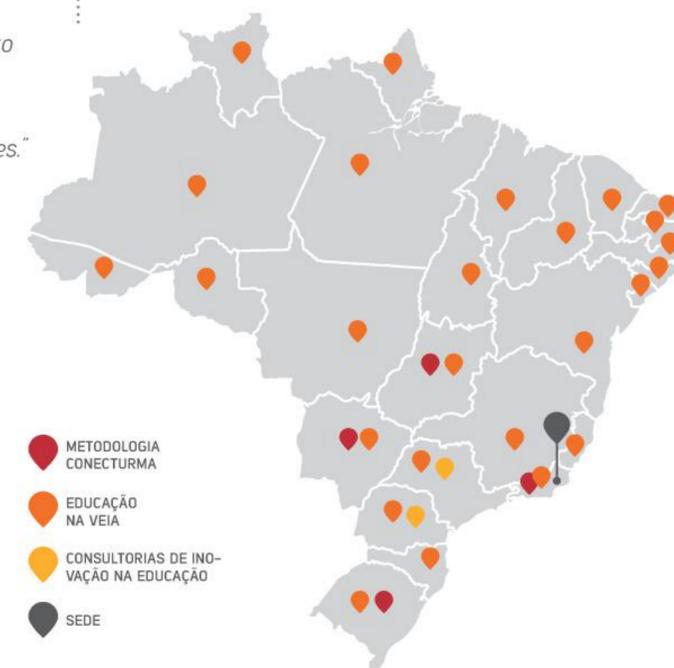


ANDRÉA MARINHO

"A Conecturma consegue combinar, na mesma metodologia, as principais tendências educacionais no mundo hoje, como personalização, aprendizagem baseada em projetos e desenvolvimento das habilidades socioemocionais."

ANDRÉA MARINHO, DIRETORA DE EDUCAÇÃO DA FIRJAN

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA





NOSSO PORTFÓLIO

MAXIMIZAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA E DO BEM-ESTAR



DATA DE INVESTIMENTO: AGOSTO/15
 FUNDO: VOX IMPACT INVESTING I

www.inovacoesmagnamed.com.br

O PROBLEMA

Um dos grandes problemas enfrentados pelo Sistema Público de Saúde no Brasil é a falta de leitos nos hospitais. A demanda por internações depende, majoritariamente, do serviço público, porém a oferta de leitos no Sistema Único de Saúde (SUS) corresponde apenas a 54% dos leitos disponíveis no Brasil¹.

Além da alta demanda, a Rede Pública de Saúde sofre com a indisponibilidade de leitos de UTI por falta ou má utilização de equipamentos médicos.

Os equipamentos de cuidados críticos são, em geral, complexos e pouco intuitivos, gerando dificuldade no manuseio e altos custos de manutenção.

1 ANÁLISE REALIZADA PELO CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA (CFM), COM BASE NOS DADOS DO CADASTRO NACIONAL DE ESTABELECIMENTOS DE SAÚDE (CNES)

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
1 TOTAL DE HOSPITAIS EQUIPADOS		
HOSPITAIS EQUIPADOS - PRIVADO	156	202
HOSPITAIS EQUIPADOS - PÚBLICO	61	69
HOSPITAIS EQUIPADOS - EXPORTAÇÃO	136	158
2 TOTAL DE AMBULÂNCIAS EQUIPADAS		
AMBULÂNCIAS EQUIPADAS - PRIVADO	703	901
AMBULÂNCIAS EQUIPADAS - PÚBLICO	414	611
AMBULÂNCIAS EQUIPADAS - EXPORTAÇÃO	750	790
3 TOTAL DE ATENDIMENTOS REALIZADOS ('000)		
ATENDIMENTOS REALIZADOS - PRIVADO	463	595
ATENDIMENTOS REALIZADOS - PÚBLICO	272	392
ATENDIMENTOS REALIZADOS - EXPORTAÇÃO	501	537
4 TOTAL DE EQUIPAMENTOS EM USO		
EQUIPAMENTOS EM USO - PRIVADO	1.170	1.511
EQUIPAMENTOS EM USO - PÚBLICO	673	857
EQUIPAMENTOS EM USO - EXPORTAÇÃO	1.341	1.540

O PROPÓSITO

Ajudar nossos clientes a salvarem vidas com equipamentos inovadores na área de cuidados críticos, em busca de um mundo com pessoas saudáveis.

O NEGÓCIO

A Magnamed é uma empresa que desenvolve, monta e comercializa equipamentos médico-hospitalares tecnológicos para o mercado de cuidados críticos, com especialização em ventilação pulmonar.

O portfólio atual de produtos conta com ventiladores pulmonares estacionários utilizados em leitos de UTI e ventiladores pulmonares de transporte utilizados em remoções emergenciais, que ajudam a preservar vidas, contribuindo para o aumento da disponibilidade dos leitos hospitalares e para a redução das mortes em transporte ambulatorial. Seus equipamentos foram desenvolvidos para atender às necessidades de hospitais de países emergentes, unindo tecnologia e usabilidade. A interface intuitiva com *touchscreen* simplifica o uso e foi construída para apoiar o profissional de saúde na parametrização das necessidades do paciente, além de possuir maior disponibilidade de bateria e garantia de manutenção e reposição de peças, favorecendo o funcionamento em um contexto de poucos recursos, como o encontrado no Sistema Público de Saúde.

ODS



DESTAQUES EM 2018

Vendas crescentes para mais de 30 países em desenvolvimento, consolidando a empresa como líder de inovação "south-to-south" no setor médico.

GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 40,9 | Benchmarking*: 32,1

Benchmarking pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER



WATARU UEDA

"É uma grande responsabilidade ser parte desse mercado, tendo em vista os grandes desafios da saúde. É também com grande satisfação que a Magnamed faz sua parte e se prepara para alcançar sempre mais. Nossos produtos foram pensados para suprir as reais necessidades do profissional de saúde e essa é nossa motivação. O nosso maior sucesso é ajudar a preservar vidas."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"A Magnamed investe em pesquisas, novos produtos e equipamentos de qualidade, visando soluções práticas e assertivas para resolver desafios da área médica. Em 2018, houve crescimento de nossa carteira de clientes em escala global e, em 2019, temos a expectativa de consolidar esses clientes. A grande demora na aprovação dos produtos pelos órgãos reguladores, como a ANVISA, dificulta o lançamento de novos equipamentos, por isso trabalhamos com afinco para levar informações sobre nossos produtos para profissionais de cuidados críticos e hospitais, para assim aumentar nossos potenciais clientes."

WATARU UEDA, COFUNDADOR E CEO DA MAGNAMED



GLÍVIA DELMONDES

"A confiabilidade no produto me fez tirar, pela primeira vez, um paciente do CTI para tomar banho de sol e fazer atividade física ao ar livre, como um dos processos de reabilitação. Tirar pacientes da unidade de terapia intensiva para tomar banho de sol virou uma referência graças ao ventilador mecânico e à confiança no produto da Magnamed."

GLÍVIA MARIA BARROS DELMONDES, COORDENADORA DO SERVIÇO DE FISIOTERAPIA NA SANTA CASA DE RECIFE, PE

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA





DATA DE INVESTIMENTO: JUNHO/2015
FUNDO: VOX IMPACT INVESTING I

www.bem.care

O PROBLEMA

O sistema de atendimento à saúde enfrenta novos e crescentes desafios, representados, sobretudo, pelo aumento dos custos em decorrência do envelhecimento populacional, queda da taxa de natalidade e do modelo de atendimento muitas vezes ineficiente.

Apesar de ser reconhecido como referência em políticas públicas na área de saúde, na prática, o Sistema Único de Saúde (SUS) apresenta uma série de deficiências na gestão e no uso dos recursos, financiamento insuficiente e precariedade no atendimento.

O aumento das pessoas que buscam serviços públicos, devido à crise econômica e à diminuição dos empregos no País, tem gerado sobrecarga, com filas morosas e extensas.

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
EXAMINE JÁ		
1 USUÁRIOS CADASTRADOS	35.928	54.915
2 USUÁRIOS QUE FIZERAM USO	4.235	8.779
3 UNIDADES CREDENCIADAS	1.142	1.814
PARCERIA COM VIVO BEM		
4 USUÁRIOS CADASTRADOS	156.423	12.195.707
5 USUÁRIOS QUE INTERAGIRAM NA PLATAFORMA ONLINE	-	9.096
6 USUÁRIOS QUE FIZERAM USO PRESENCIAL DOS SERVIÇOS	-	7
BEM.CARE		
7 NÚMERO DE VIDAS NA PLATAFORMA	-	1.261
8 USUÁRIOS QUE INTERAGIRAM NA PLATAFORMA ONLINE	-	69
9 USUÁRIOS QUE FIZERAM USO PRESENCIAL DOS SERVIÇOS	-	36

O PROPÓSITO

Viabilizar uma alternativa de acesso à saúde de qualidade para a população brasileira, por meio de uma ampla gama de benefícios embarcados em uma plataforma tecnológica inovadora.

O NEGÓCIO

A bem.care foi constituída em julho de 2018 como uma evolução da linha de negócios ExamineJá da ProRadis (empresa investida pelo fundo Vox Impact Investing I em 2015). Atuando como uma administradora de rede de benefícios de saúde, a bem.care fornece assistência médica e microsseguro de saúde acessíveis para a população, por meio de uma plataforma que engloba operadoras de redes móveis, provedores de seguros e uma rede de prestadores de serviços médicos.

Com atendimento de qualidade e baixo custo, a empresa oferece uma experiência completa para o usuário, desde a consulta com o médico até a realização de exames e compra de medicamentos. Através do aplicativo bem.care, o usuário pode obter orientação médica para resolução de dúvidas e sugestão de médicos especialistas, entre outras funcionalidades. O seu portfólio conta também com a opção de seguro de saúde para continuidade do atendimento e internações emergenciais.

ODS



DESTAQUES EM 2018

- Expansão da parceria Vivo Bem, um aplicativo de saúde distribuído aos clientes da Vivo, que integra a rede de médicos e farmácias do ExamineJá, e o atendimento online para orientação de saúde.
- Lançamento do aplicativo bem.care.
- Parceria com a Nextel para distribuição do bem.care aos usuários da companhia.

GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 19,5 | Benchmarking*: 32,1

Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER



"Motivação para mim vem da própria condução do dia a dia do nosso negócio. Cada vez que conseguimos atingir um milestone, cada vez que conseguimos tocar a vida dos nossos clientes e impactá-los positivamente, isso é o nosso sucesso e também o combustível para todos na empresa."

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"Acredito que nosso principal desafio atualmente é facilitar o caminho de sucesso do consumidor, integrando todos os benefícios que trazemos de forma supersimples e direta. Em outras palavras, a "entrega" tem que ser imediata e deve estar clara desde o começo da jornada do cliente."

HAISSAN MOLAIB, COFUNDADOR E CEO DA BEM.CARE



"Quando decidi utilizar o aplicativo Bem.Care, acreditava que seria mais uma plataforma que conectava as pessoas ao profissional da saúde, mas não foi apenas isso que encontrei. No aplicativo eu tive uma experiência única e facilitadora para cuidar da minha saúde. Com o meu plano, eu tenho acesso a desconto em medicamentos, orientação de profissionais da saúde, um seguro de vida, e compra de consultas e exames num custo menor que o cobrado em um atendimento particular. Agora consigo cuidar da minha saúde com mais facilidade e confiança!"

ALETEIA XAVIER BETTIN, USUÁRIA DO APLICATIVO BEM.CARE

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA



O PROBLEMA

A falta de racionalidade e parcimônia da população brasileira a respeito do uso de serviços de urgência e emergência, e a falta de organização e otimização dos serviços, resultam em superlotação dos prontos socorros, gargalos no processo de admissão de pacientes e ineficiência no atendimento.

Com processos manuais, as filas normalmente são organizadas por ordem de chegada e a ausência de priorização na classificação de riscos aumenta exponencialmente o risco de morte ou sequelas devido ao atendimento tardio.

OUTPUTS DO NEGÓCIO

	2017 (JAN-DEZ)	2018 (JAN-DEZ)
1 CLIENTES ATIVOS		
CLIENTES ATIVOS - PÚBLICO	15	13
CLIENTES ATIVOS - PRIVADO	38	34
2 UNIDADES INSTALADAS		
UNIDADES INSTALADAS - PÚBLICO	40	32
UNIDADES INSTALADAS - PRIVADO	30	49
3 ESTIMATIVA MENSAL MÉDIA DE TRIAGENS	161.321	-
4 QUANTIDADE ACUMULADA DE TRIAGENS	-	10.370.887
5 EQUIPAMENTOS EM USO	207	201

O PROPÓSITO

Desenvolver soluções tecnológicas inovadoras para as áreas de urgência e emergência hospitalares, otimizando o acesso do paciente e melhorando a qualidade dos serviços de saúde.

O NEGÓCIO

A ToLife é uma empresa especializada no desenvolvimento de soluções tecnológicas para reduzir o tempo de atendimento em unidades de saúde. A empresa automatiza os processos de admissão de pacientes, otimiza a classificação de risco clínico em urgências e emergências, melhora a gestão de fluxo de atendimentos e auxilia a tomada de decisão baseada em dados.

Seu principal produto é o posto de triagem Trius, um conjunto de *hardware* e *software* de interface com o enfermeiro responsável pela triagem. Ele colhe indicadores de temperatura, pressão arterial, oxigenação sanguínea e nível de glicose, e entrega relatórios com as métricas sobre o fluxo de pacientes, o tempo gasto em cada processo, uso de serviços auxiliares, entre outras informações relevantes para a redução das filas de espera.

ODS



GIIRS - DIMENSÃO CLIENTES

2018: 36,5 | *Benchmarking**: 32,1

Benchmarking: pontuação média das empresas classificadas pelo rating do GIIRS.

QUEM FAZ ACONTECER



LEONARDO LOPES

"A minha motivação é ajudar a transformar pessoas dentro e fora da empresa, compartilhando conhecimento e motivando o desenvolvimento de tecnologias e serviços que possibilitem a evolução da sociedade humana!"

DESAFIOS DO NEGÓCIO

"Entendemos como nosso desafio de impacto operacional a maior inclusão da tecnologia digital nos processos de gestão dos nossos serviços, pois acreditamos na melhoria da experiência do cliente e dos seus pacientes com os nossos produtos."

LEONARDO LOPES, CEO DA TOLIFE



ANDRÉ CORTINA

"A escolha da ToLife foi pelos fatos de se encaixar nas nossas necessidades, o sistema homologado com o Protocolo de Manchester e a possibilidade de coletar as medidas clínicas automáticas, que permite ao hospital realizar o acolhimento do paciente, na média, em 2 minutos, reduzindo os riscos de morte e aumentando o índice de satisfação do paciente. Outro ponto positivo foi a integração com o ERP já utilizado pelo hospital."

DR. ANDRÉ SEMENTILLI CORTINA, SANTA CASA DE SANTOS, SP

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA





DESINVESTIMENTO DA TEM



tem.

PRIMEIRA SAÍDA BEM-SUCEDIDA DE INVESTIMENTO DE IMPACTO NO BRASIL

DATA DE INVESTIMENTO: OUTUBRO/15
FUNDO: VOX IMPACT INVESTING I

www.meutem.com.br

IMPACTO SOCIAL POS-SAÍDA



Ampliação da oferta de serviços do cartão

RETORNO FINANCEIRO ATRATIVO

23,8%
Taxa interna de retorno ao ano

Em junho de 2018, realizamos o desinvestimento da Tem, com a venda da nossa participação acionária e a entrada da seguradora europeia Generali.

Consideramos o desinvestimento da Tem como a primeira saída de sucesso de investimentos de impacto no Brasil por ter conseguido, ao mesmo tempo, gerar retorno financeiro para o fundo com impacto social positivo relevante.

Na venda, realizamos um retorno financeiro de 23,8% para o fundo Vox Impact Investing I e, com a entrada da seguradora, espera-se que o portfólio de serviços oferecidos aos portadores do cartão seja incrementado. Hoje, os clientes da Tem, que possuíam mais de 1,5 milhão de cartões em 2018, já possuem acesso a consultas e exames a preços bastante acessíveis e descontos em medicamentos nas principais redes de farmácias.



Veja matéria na íntegra em:
<https://www.valor.com.br/financas/5572647/vox-capital-tem-lucro-de-26-ao-ano-com-negocio-de-impacto>

NOTA: O RETORNO DE 26% FOI APRESENTADO ERRONEAMENTE NA MATÉRIA. A TAXA INTERNA DE RETORNO CORRETA É 23,8%.

RESULTADOS DO GIIRS DOS NOSSOS FUNDOS

GIIRS GLOBAL IMPACT INVESTING RATING SYSTEM

Buscando o alinhamento do nosso propósito aos interesses dos nossos cotistas, desenvolvemos um modelo inovador de taxa de performance híbrida, que considera o desempenho financeiro e o impacto social do nosso portfólio. Para medir seu índice de impacto social, adotamos a escala da dimensão "clientes" do **GIIRS** + como critério para a nossa taxa de performance.

Anualmente, os nossos fundos de investimento e as empresas no nosso portfólio de investimentos são submetidos à avaliação do GIIRS.

O B Impact Assessment é o questionário usado para a avaliação do GIIRS. Para conhecer mais sobre o GIIRS e o B Impact Assessment, acesse www.bimpactassessment.net

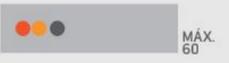
+ O GIIRS (Global Impact Investing Rating System)[™] é uma avaliação independente desenvolvida pelo B Lab. A avaliação é destinada a fundos e a empresas.

Nas empresas, são levadas em consideração métricas relacionadas às operações (*Operations Ratings*) e ao modelo de negócios (*Impact Business Model Ratings*) em cinco diferentes critérios: comunidades, meio ambiente, colaboradores, governança e clientes.

O GIIRS do fundo é calculado com base na média ponderada do GIIRS das empresas do portfólio de investimento do fundo, acrescido de uma terceira seção exclusiva para fundos.



Apresentamos abaixo os resultados do relatório GIIRS dos nossos fundos Vox Impact Investing I e Vox Impact Investing II, referentes ao último exercício avaliado, data-base de 2018.

B IMPACT SCORE	FUND GIIRS IMPACT RATING SCORE ¹		BENCHMARK ²	
	FIP VOX IMPACT INVESTING I	FIP VOX IMPACT INVESTING II		
	106,0	78,7	80,3	
Clientes	44,6	25,3	32	
Governança	13,8	17	5,8	
Colaboradores	34,9	22,8	18,8	
Comunidade	7,8	10,3	16,2	
Meio Ambiente	4,9	3,3	7,5	

NOTA: [1] A PONTUAÇÃO GERAL É UMA MÉDIA PONDERADA DO DESEMPENHO DAS EMPRESAS DO PORTFÓLIO DO FUNDO NO B IMPACT ASSESSMENT – QUE CONSIDERA MÉTRICAS RELACIONADAS ÀS OPERAÇÕES (OPERATIONS RATINGS) E AO MODELO DE NEGÓCIOS (IMPACT BUSINESS MODEL RATINGS). [2] PONTUAÇÃO MÉDIA DOS FUNDOS CLASSIFICADOS PELO RATING DO GIIRS.



NOSSA ATUAÇÃO NO ECOSISTEMA

Faz parte de nossos objetivos ajudar a fortalecer o ecossistema de negócios de impacto e inspirar mais pessoas a fazerem parte dessa transformação. Em 2018 contribuímos para isso através das seguintes iniciativas:



GRUPO MÉTRICAS NA PRÁTICA, COM A ANDE BRASIL

Somos parte da liderança do grupo que visa articular e apoiar as organizações intermediárias com a agenda de mensuração de impacto na atuação junto aos negócios sociais. O grupo reúne pessoas de aproximadamente 15 organizações, proporcionando o contato e a troca de experiências entre diferentes atores do ecossistema de impacto.



Associação Brasileira de
Private Equity & Venture Capital

GRUPO DE TRABALHO DE INVESTI- MENTO DE IMPACTO, COM A ANDE & ABVCAP

Fizemos o movimento inicial para criar o grupo e fazemos parte de sua liderança, com o objetivo de ajudar a aumentar a colaboração entre gestores de fundos interessados em impacto e, através do trabalho conjunto, conseguir avançar agendas importantes para esses atores do campo.



FÓRUM DE FINANÇAS SOCIAIS
E NEGÓCIOS DE IMPACTO
2018
Investir para transformar.

FÓRUM DE FINANÇAS SOCIAIS E NEGÓCIOS DE IMPACTO

Em junho de 2018 realizamos, em parceria com o ICE e com o Impact Hub, o terceiro Fórum de Finanças Sociais e Negócios de Impacto, que contou com um público de mais de 1.000 pessoas, além de cerca de 150 palestrantes. A iniciativa também contou com 10 eventos regionais, com o objetivo de mobilizar público fora do eixo Rio-São Paulo.



DE IMPACTO

CONVERSAS DE IMPACTO, EM PARCERIA COM O IMPACT HUB E SISTEMA B

Conversas de Impacto é um conjunto de eventos idealizado pela Vox, que nasceu com a ideia de promover conexões e diálogos sobre negócios e investimentos de impacto em rodas de conversa com temas que variam a cada encontro. Em 2018, Impact Hub e Sistema B participaram de alguns encontros como coorganizadores, apoiando a expansão da rede.



PORTAS
ABERTAS
EDIÇÃO SAÚDE

PORTAS ABERTAS, EM PARCERIA COM O QUINTESSA

O Portas Abertas é um evento organizado pela Vox em parceria com o Quintessa, empresa aceleradora de negócios de impacto, com objetivo de impulsionar *startups* nos setores de educação, saúde e serviços financeiros, e aproximar os empreendedores dos principais atores de seus mercados. Em 2018 ocorreu o Portas Abertas – Edição Saúde, que contou com o patrocínio de Eurofarma, Instituto Sabin e com a parceria de Bionexo, SulAmérica e Secretaria de Saúde de São Paulo.

O CAMINHO ADIANTE

A Vox está completando 10 anos em 2019. O pioneirismo da nossa atuação e o nosso protagonismo no ecossistema fazem com que nossa história como gestora de investimentos de impacto mescle-se com a própria história da formação do campo no Brasil e no mundo.

Ao olharmos para a jornada percorrida, celebramos com orgulho os caminhos que nos trouxeram até aqui. Observamos, entretanto, que para a consolidação e o avanço do campo de investimentos de impacto, precisamos avançar nas propostas de soluções para questões que desafiam a construção de uma sociedade mais equitativa e ambientalmente sustentável: cobrir certas lacunas na oferta de capital adequado para os variados estágios de desenvolvimento dos negócios socioambientais e atender à crescente demanda de atores interessados em atuar e investir com impacto.

Reduzir as desigualdades sociais é o que está na linha do nosso horizonte. É o que nos guia para a busca de novos modelos. É o que nos impulsiona diariamente para trabalharmos pela criação de um mundo em que o fluxo do dinheiro gere abundância, equidade e transformações socioambientais positivas.

Para isso, sabemos que a ampliação da nossa atuação é necessária. Estabelecemos como compromisso futuro o desenvolvimento de novas alternativas de investimento em impacto, que permitam o acesso de diferentes perfis de investidores e sirvam a uma maior variedade de modelos de negócios.

O caminho adiante requer, também, o avanço da prática de gestão de impacto, com o mapeamento dos riscos e dos respectivos planos de mitigação, englobando os potenciais efeitos negativos oriundos da operação do negócio. A partir desta compreensão, nosso objetivo é apoiar os empreendedores a implementarem métricas que sejam úteis ao negócio e, ao mesmo tempo, evidenciem os efeitos alcançados na vida das pessoas e no planeta.

Com o compartilhamento da nossa jornada neste relatório, esperamos que o conteúdo seja útil e que possa colaborar com o ecossistema de impacto, incentivando cada vez mais o compartilhamento de experiências e avanço das práticas.

Equipe Vox Capital



NOTAS DO CONTEÚDO

AVANTE

- 1- Volume total de crédito concedido no período reportado.
- 2- Número total de clientes únicos no período reportado.
- 3- Volume total transacionado no período reportado.
- 4- Número total de clientes únicos no período reportado.

CELCOIN

- 1- Número de Agentes ativos (usuários que realizaram mais que uma transação no mês).
- 2- Receita média obtida com as transações Celcoin.
- 3- Quantidade média de pessoas adicionais que circulam no estabelecimento do Agente.
- 4- Número de cidades com Agentes Celcoin.
- 5 - Quantidade total de clientes finais atendidos pelos Agentes Celcoin.

SANAR

- 1 - Volume de livros (em milhares) vendidos no final do período.
- 2 - Volume de cursos (em milhares) vendidos no final do período.
- 3 - Número acumulado de assinaturas do Sanarflix no final do período.
- 4 - Quantidade de alunos e leitores que consumiram ao menos um produto da Sanar.
- 5 - Quantidade de professores e autores com produtos cadastrados na base de dados da Sanar.
- 6 - Nota média, em uma escala de 1 a 5, dada pelos usuários da Sanar ao avaliarem as aulas.

TAMBORO

- 1 - Número total de alunos ativos no período final (Projeto Ismart).
- 2 - Número total de parceiros ativos no período final (Projeto Ismart).
- 3 - Número total de usuários ativos no ensino superior no final do período.
- 4 - Número total de empresas clientes ativas no período final.
- 5 - Número total de usuários ativos no ensino corporativo no período final.

EDUFUTURO

- 1 - Número total de alunos ativos no período final.
- 2 - Número total de escolas ativas com uso da metodologia no período final.
- 3 - Número total de professores formados no período final.

MAGNAMED

1 – Número total de hospitais atendidos, considerando os equipamentos vendidos no período e os equipamentos em uso oriundos de vendas em períodos anteriores, descontando a taxa de depreciação anual dos equipamentos (20% = 5 anos).

1.1- Número total de hospitais atendidos no período reportado, no mercado externo é baseado em uma estimativa, dado que a venda para o mercado externo é feita por distribuidores e não podemos garantir que 1 distribuidor = 1 hospital servido.

2- Número total de ambulâncias atendidas no período reportado, considerando os equipamentos vendidos no período e os equipamentos em uso oriundos de vendas em períodos anteriores, descontando a taxa de depreciação anual dos equipamentos (20% = 5 anos).

2.1- O número de ambulâncias atendidas considera a estimativa de 1 equipamento = 1 ambulância, podendo variar, uma vez que os ventiladores podem ser usados para ambulâncias e transporte intra-hospitalar.

3- O número de atendimentos realizados no período é um cálculo estimado, conforme resumo abaixo:

Ambulância

$Na = ea \times pa \times ra$

Onde

Na: total de atendimentos realizados pelos equipamentos de transporte da Magnamed.
ea: número de equipamentos para uso em transporte (Oxymag family) – obtido através dos dados de vendas.

pa: número de atendimentos realizados por ano/por ambulância – estimativa baseada em uma média de 7 resgates por dia/por ambulância, considerando 80% de disponibilidade da ambulância por ano.

A média de 7 resgates por dia/ambulância foi baseada em uma reportagem sobre a capacidade de atendimento do SAMU – SP (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência da capital).
Fonte: <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-recebe-14-novas-ambulancias-para-o-samu>

ra: porcentagem de casos de resgate que necessitam de ventilação mecânica – estimado que 30% dos casos de resgate necessitam de ventilação mecânica.

Hospital

$Nh = eh \times ph \times rh$

Onde

Nh: total de atendimentos realizados pelos equipamentos estacionários da Magnamed.
eh: número de equipamentos para uso em UTI (Fleximag family), obtido através dos dados de vendas.

ph: número de leitos de UTI servidos pelos equipamentos. Estimativa baseada na recomendação do Ministério da Saúde sobre os requisitos mínimos para funcionamento das unidades de terapia intensiva: 1 ventilador pulmonar a cada 2 leitos + 1 ventilador pulmonar de reserva a cada 5 leitos.

Os ventiladores de reserva são utilizados principalmente em momentos de demanda extra nos leitos de UTI. Adotaremos aqui como premissa de demanda extra a sazonalidade no aumento do uso nas estações frias do ano, que em média representa 4 meses = 365 dias*33%.

rh: tempo médio de ocupação dos leitos de UTI.

Estimativa de 80% de taxa de ocupação operacional dos leitos de UTI (segundo E-EFI-03 ANS Brasil) com uma média de permanência no leito de 4 dias por paciente (segundo E-EFI-07 ANS Brasil) e taxa de 50% de casos que necessitam do uso de ventilação mecânica.

Número total de atendimentos realizados:

$T = (Nat + Nht) + Tt - 1 \times (1 - d)$

Onde

T: total de atendimentos realizados.

Nat: total de atendimentos realizados pelos equipamentos de transporte da Magnamed no ano.

Nht: total de atendimentos realizados pelos equipamentos estacionários da Magnamed no ano.

Tt - 1: número total de atendimentos realizados no ano anterior.

d: taxa de depreciação dos equipamentos de transporte e estacionário (20% = 5 anos).

4- O número total de equipamentos em uso no período reportado considera os equipamentos vendidos no período e os equipamentos em uso oriundos das vendas em períodos anteriores, descontando a taxa de depreciação anual dos equipamentos (20% = 5 anos).

4.1- O número total de equipamentos em uso no período reportado contempla os equipamentos estacionários e os equipamentos de transporte.

BEM.CARE

1 – Usuários cadastrados e aptos para uso da plataforma do ExamineJá no período final.

2 – Usuários (clientes únicos) que fizeram uso presencial dos serviços (consulta e exame) por meio da plataforma do ExamineJá no período reportado.

3 – Quantidade de estabelecimentos credenciados na plataforma do ExamineJá no período final.

4 – Usuários cadastrados e aptos para uso da plataforma White Label do Vivo bem no período final.

5 – Usuários que interagiram na plataforma

online White Label no período reportado para acesso à informação, chat de orientação de saúde, teleatendimento e conteúdo.

6 – Usuários (clientes únicos) que fizeram uso presencial dos serviços (consulta e exame).

7 – Número de usuários (clientes únicos) que possuem planos dentro da plataforma, dentre os quais 880 possuem cobertura de seguro.

8 – Usuários que interagiram na plataforma online Bem.Care no período reportado para acesso à informação, chat de orientação de saúde, teleatendimento e conteúdo.

9 – Usuários (clientes únicos) que fizeram uso presencial dos serviços (consulta e exame).

TOLIFE

1- O número de clientes ativos no período final contempla hospitais, Unidades Básicas de Saúde e unidades de pronto atendimento.

2- O número de pontos de atendimento com equipamento Trius, no período final, contempla hospitais, unidades básicas de saúde e unidades de pronto atendimento.

3- Quantidade média mensal de triagens realizadas no período.

4- Quantidade total de triagens realizadas no período. Até 2017 era reportada uma estimativa da média mensal de triagens. A partir de 2018, a ToLife passou a acessar remotamente os equipamentos para extrair a informação da quantidade total de triagens realizadas por mês.

5 – Número total de equipamentos em uso no período final.

6- As informações descritas como “privado” referem-se a unidades de atendimento privado à população.

7- As informações descritas como “público” referem-se a unidades de atendimento público à população.



vox@voxcapital.com.br • 55 11 3034 4555 • www.voxcapital.com.br