

Resumen Ejecutivo

FORO DE CAPITAL PARA LA INNOVACIÓN
región litoral centro

www.forocapital.org.ar |   

Presentación

En la 12° edición del Foro de Capital para la Innovación - Región Litoral Centro seleccionamos startups y empresas de perfil Innovador con enorme potencial de crecimiento y desarrollo. Las mismas se presentarán en el Encuentro Anual, que se llevará a cabo el 29 de noviembre en el Centro de Convenciones Estación Belgrano (Bv. Gálvez 1150, Santa Fe, Argentina), para exhibir su modelo de negocios ante instituciones, potenciales socios o inversores y público en general.

Te invitamos a conocerlas...

IO Cloud Solutions

«Buscamos democratizar la tecnología en gestión documental y los puntos de venta para los mercados de frutas y verduras».

problema detectado



solución innovadora

El mercado de Abasto funciona de forma muy tradicional, comandas de papel, manejo de los clientes y cuentas corrientes manual o de forma poco eficiente; por tal motivo diseñamos tecnología totalmente web, sistematizamos la operatoria de dichos puestos, mostrando la disrupción tecnológica.

El mundo se transforma, y no tener datos de la comercialización, es un problema. Nuestra solución facilita la operatoria del mercado, así como posibilita un mercado desde cualquier lugar físico, presentando una forma distinta de comercializar, vendemos sistemas y servicios asociados (SAAS).

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

Nuestro producto PUNTOV, está orientado al mercado frutihortícola, el cual se compone en Argentina de entre 5000 y 8000 puestos que necesitan modernizar su gestión. Ofrecemos la capacidad, en tiempo real, de ver su stock y presentar un modo de comercialización enfocado a la logística.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Alejandro Vairoli:** experto en programación con más de 35 años de experiencia, desarrollo empresa Digital Builder y otros desarrollos para universidades americanas.
- **Andres Machtey:** Bioingeniero, físico médico y MBA cursado, gerente del emprendimiento.

MERCADO OBJETIVO

Existen 52 mercados de abastecimientos en Argentina, con aproximadamente 150 puestos cada uno, sumando 7800 puestos en el mercado total regional. Aspiramos, en los próximos cinco años, poder asistir a un 10% de este conjunto de mercados a través de nuestros productos, logrando integrar este eslabón al resto de la cadena industrial.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Hemos detectado competidores ya instalados, pero contamos con importantes ventajas en nuestros sistemas. Creemos que debemos ser hábiles para poder llegar lo más rápido posible y ofrecer la mejor opción.



● data

- **Fecha de fundación:** 8 de agosto de 2013
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$500.000
- **Sector:** TIC

● contacto

Andrés Machtey

- Te.: 342 6313222
- E-mail: andres@iocloudsolutions.com.ar
- Web: www.punto-v.com.ar



MODELO DE NEGOCIOS

Actualmente vendemos en forma directa, sin embargo queremos ampliar nuestra red a través de responsables regionales y poder desarrollar otros canales de comercialización; la atención continua es clave para seguir evolucionando y estar presentes para cumplir con nuestros clientes.

ESTRATEGIA DIFERENCIAL

La estrategia comunicacional es fundamental, por eso contratamos una empresa de comunicación para profesionalizar este trabajo.

MOMENTOS DESTACADOS

Logramos varios clientes en la gestión documental, desarrollamos software para terceros y con nuestro sistema PUNTOV trabajamos con cinco puestos instalados, que son nuestros clientes. El siguiente paso es desarrollar otros mercados fuera de Santa Fe. Nos convertimos en una Sociedad Anónima Simplificada (SAS) y recibimos un fondo de Capital Semilla.

Fromthesouth – Glink

«Desarrollamos una bomba de insulina, un sensor de glucemia y "Glink". Se trata de una aplicación para calcular bolos de insulina que ya está disponible».

problema detectado



solución innovadora

Necesitamos construir una estrategia de penetración de mercado que monetice y, a la vez, desarrolle la estructura organizativa mínima para dar soporte y expandir el servicio técnico, médico y nutricional.

Estimamos una inversión de 100.000 a 200.000 dólares.

Nuestra app es el medio más directo y ágil para que el paciente mejore significativamente la calidad de su tratamiento y, por tanto, su calidad de vida.

Además, es el vehículo que permite conocer y medir diferentes comportamientos y hábitos del segmento, para establecer estrategias a los interesados.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

En Latinoamérica el mercado potencial es de 7 millones de personas, actualmente Glink tiene más de 4.000 descargas con más de 2.000 usuarios activos, con una inversión mínima y 2 presentaciones. El proyecto recién se está lanzando al mercado y apuntamos a 1 millón de usuarios en el mercado regional.

RONDA DE INVERSIÓN

Creemos que hay tres perfiles de empresas que pueden interesarse en este negocio: laboratorios, alimenticias y tecnológicas digitales; además de inversores ángeles que apoyen proyectos de impacto social.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Luis Grosebacher:** jefe de Diabetes Hospital Italiano de Buenos Aires.
- **Fermin Varela:** consultor SGC ISO 9000.
- **Eric Grosebacher:** estudiante avanzado de Economía.
- **Alejandro Varela:** consultor formulación de proyectos.

PRODUCTO

Simplifica el cálculo matemático de una dosis de insulina, ajustándola a la situación particular de cada individuo en cada ingesta alimentaria, dándole información útil de los alimentos y estadísticas.



● data

- **Fecha de fundación:** 20 de noviembre de 2006
- **Inversión realizada hasta el momento:** U\$D 500.000
- **Sector:** tecnología médica
- **Tipo de producto:** dispositivos para diabetes. Apps

● contacto

Alejandro Varela

- Te.: 3482 627389
- E-mail: sdv.avarela@gmail.com
- Web: <http://glink.com.ar/>



MERCADO OBJETIVO

En Latinoamérica hay alrededor de 50 millones de diabéticos, de los cuales 7 millones son insulino dependientes o requirentes. Este número está creciendo constantemente en la región y el mundo. Al mismo tiempo, también crece en forma exponencial el uso de aplicaciones en la salud.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente hay un solo competidor hispano, SocialDiabet pero su producto es diferente; además de otros competidores anglosajones. En todos los casos, la diferencia se encuentra en la agilidad y simplicidad del producto. Social Diabet recibió una ayuda de la comunidad europea de 1,5 millones de euros.

MODELO DE NEGOCIOS

Hay dos modelos que se aplican: a) el cobro de un importe en versión premium y vip; b) el cobro de auspicios a empresas y organizaciones que puedan estar relacionadas a la problemática. Actualmente, es free porque es muy reciente su lanzamiento y aun no está definida la estrategia de precio/servicio.

ESTRATEGIA DIFERENCIAL

La estrategia tiene tres líneas de acción: a) difusión a través de círculos profesionales médicos diabeto lógicos y organizaciones de diabéticos, b) difusión por medios digitales y web y c) fundraising.

MOMENTOS DESTACADOS

- **Julio de 2018:** lanzamiento apps en Buenos Aires, en la Liga Argentina de Diabetes, con más de 2.000 descargas.
- **Septiembre 2018:** lanzamiento en Córdoba, en la Asociación Diabéticos Argentinos, con más de 2.000 descargas adicionales. Inversión publicitaria, a través de campaña de Facebook de 50 dólares.

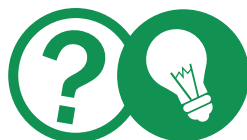
MÁS INFORMACIÓN RELEVANTE DEL NEGOCIO

Luego de desarrollos complejos con altas barreras normativas, técnicas y económicas, logramos centrarnos en un producto con bajas barreras en esas tres dimensiones, con el menor tiempo y menor costo.

Malon Bikes

«Malón Bikes diseña y construye, a mano, bicicletas de bambú artesanales, mediante un sistema de producción de bajo impacto ambiental».

problema detectado



solución innovadora

Cambios en la matriz de energía, hábitos de consumo que demandan productos y marcas sustentables y problemas en la última milla de transporte de mercados, junto con la búsqueda del equilibrio y la mejora en la calidad de vida, hacen de nuestro producto una potencial solución para la movilidad de cercanía.

Bicicleta de diseño y ecológica, que renueva las ganas de utilizar este medio de transporte, ya sea para fines recreativos, prácticos o deportivos. También estamos explorando las posibilidades de chasis de bambú y carrocerías de laminado de bambú, para la producción de autos eléctricos.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

En 2016 las ventas aproximadas fueron de 1,4 millones de bicicletas en el país; es decir, una de cada 28 personas adquirió nuestro producto. Nuestras bicicletas van desde los U\$D 900 hasta los U\$D 15.000. Costo de los cuadros U\$D 150 con un precio de venta al público de entre U\$D 900 y U\$D 1.200.

RONDA DE INVERSIÓN BUSCADA

Buscamos U\$D 500.000. Parte de los fondos se invertirán en el desarrollo de infraestructura y la mayor parte se destinará a inversión en España, para establecer la compañía en ese país.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Hernán Nicci:** especialista en compuestos aeronáuticos y **Leonardo David Pelegrin,** responsables de producción.
- **Juan José Zambón:** encargado de ventas y marketing.
- **Victor Soto:** encargado de administración y finanzas.

PRODUCTO

Trabajamos sobre la revalorización del bambú como tecnología "natural" para la elaboración de productos para la movilidad sustentable.



● data

- **Fecha de fundación:** 31 de diciembre de 2015
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$4.000.000
- **Sector:** deportes, ciclismo
- **Tipo de producto:** e-bikes y e-trikles de bambú, ropa de bambú, accesorio

● contacto

Juan José Zambón

- Te.: 11 6019 6060
- E-mail: juanzambon@malonbikes.com.ar
- Web: www.malonbikes.com.ar



MODELO DE NEGOCIOS

Nuestros productos arrancan en los U\$D 900 y llegan en la punta de la pirámide a los U\$D11.000/12.000. con márgenes estimados del 20/40% promedio. Actualmente, tenemos una estructura de gastos reducida. Estamos con una venta de 80 unidades por año.

ESTRATEGIA DIFERENCIAL

Apuntamos a una estrategia centrada en la venta *on line*, con presencia en pocos *brandpoints* seleccionados y en colaboración con marcas afines a la nuestra.

MERCADO OBJETIVO

En España 851,06 millones de euros, son exclusivamente productos de ciclismo.

Del total de las ventas que comercializan las empresas del sector, el mayor porcentaje (un 42,36%) son de bicicletas montadas, lo que representa un volumen de 280,41 millones de euros.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Fabricantes de bicis en general (surgen marcas nuevas) y proyectos de construcción de bicicletas de alta gama en madera (dos fabricantes de referencia) y bambú (aproximadamente 15 en el mundo).

MOMENTOS DESTACADOS

Tres años con foco en I+D para lograr un producto de calidad y prestaciones superior con oferta amplia. Dos años invirtiendo en desarrollo de marca y plataforma de e-commerce.

Proyectamos en 2019 la apertura de la sociedad en España, un incremento en las ventas y, en cinco años, establecer una producción de 500 cuadros por mes.

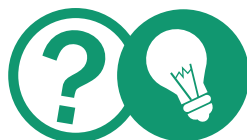
MÁS INFORMACIÓN RELEVANTE DEL NEGOCIO

Solo consumimos el 10% de la energía de una fábrica tradicional. El bambú presenta rápido crecimiento y absorbe un 35% más de CO², lo que hace de nuestro producto el más sustentable de los sustentables.

Avea

«Empresa de triple impacto dedicada a la fabricación de productos de celulosa moldeada, agregando valor a RSU y generando puestos de trabajo».

problema detectado



solución innovadora

Actualmente los platines florales se comercializan en macetas plásticas derivadas del petróleo. Además de contaminar el medio ambiente, el plástico tarda miles de años en descomponerse, generan un gran inconveniente al momento del trasplante porque se rompen las raíces y se estresa la planta.

Las macetas ecológicas biodegradables no contaminan el medio ambiente, debido a que están fabricadas con papel y cartón reciclado. Además, no generan estrés pos trasplante, ya que se entierran directamente en la tierra y, luego, se degradan y convierten en abono para la planta.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

Con una inversión mínima, logramos reducir el costo de fabricación en un 70% y recuperamos la inversión con la primera venta, en dos semanas de producción.

La próxima inversión nos permitirá tener un ingreso por ventas de \$27.000 diarios y recuperar la inversión en menos de un año.

RONDA DE INVERSIÓN BUSCADA

Destinada al pago de impuestos aduaneros, la instalación de la maquinaria en nuestra fábrica, la puesta en marcha y las primeras pruebas. Necesitamos la suma de U\$D 8.000.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Ariel Fasano:** administrador de empresas rurales.
- **Emiliano Galvez:** periodista con vasta trayectoria en difusión y comercialización.
- **Victor Chiana:** Ingeniero Químico con experiencia en la industria de procesos.
- **Marcelo Bisbal:** mentor que guía el proyecto, Ingeniero Electrónico y Administrador de empresas.

PRODUCTO

Los macetines ecológicos biodegradables son amigables al medio ambiente, se degradan en tres meses, mejoran la estética del plantín y no contaminan.



● data

- **Fecha de fundación:** 1 de agosto de 2017
- **Inversión realizada hasta el momento:** U\$D 11.660
- **Sector:** fabricación y comercialización de productos de celulosa moldeada
- **Tipo de producto:** ofrecemos un producto considerado como bien de uso

● contacto

Emiliano Galvez

- Te.: 3498 608297
- E-mail: emilianocano250@gmail.com
- Facebook: AVEA San Justo



MODELO DE NEGOCIOS

La principal estrategia de venta es ofrecer nuestro producto directamente a los viveros a precio competitivo en el mercado.

Estamos evaluando nuevos modelos de negocios donde proponemos asociarnos con cooperativas de trabajo para vender nuestros productos en forma conjunta.

ESTRATEGIA DIFERENCIAL

Proponemos un nuevo sistema de riego por inmersión que, además de reducir los costos operativos del vivero, es beneficioso para la planta, debido a que no se mojan las hojas durante el riego.

MERCADO OBJETIVO

Un vivero pequeño consume entre 10.000 y 12.000 macetines por temporada. En la provincia de Santa Fe, se estima que existen por los menos entre 200 y 300 viveros dedicados a plantines florales. Con el nivel de producción de nuestra planta podemos abastecer el 100% de la demanda en la provincia.

MOMENTOS DESTACADOS

Nuestro MVP presentaba un costo de fabricación elevado pero, con una inversión mínima en maquinaria, logramos reducir un 70% el costo de fabricación y con la primera venta recuperamos la inversión inicial. Con las inversiones futuras lograremos competir directamente con la maceta plástica.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Los macetines de plásticos están ampliamente difundidos en el mercado. Son productos derivados del petróleo y contaminan el medio ambiente. El precio de venta es bajo y, a pesar de ser reutilizables, en el 90% de los casos terminan en la basura.

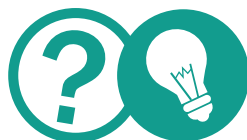
MÁS INFORMACIÓN RELEVANTE DEL NEGOCIO

Además de la fabricación de macetines ecológicos biodegradables, vamos a fabricar maples para 30 huevos, bandejas separadoras de frutas y productos con celulosa moldeada.

Ergo Gadget

«Desde Ergo Gadget diseñamos y fabricamos productos 100% argentinos que mejoran la calidad de vida de las personas».

problema detectado



solución innovadora

Todas las personas que utilizan el celular, en algún momento del día, durante el uso empiezan a sentir la fatiga y estrés por sostener con las manos el equipo.

Decidimos diseñar y fabricar un soporte tipo manos libres y reducir estos síntomas. Al mismo tiempo, mejorar la experiencia del uso del celular para que esta sea más placentera y sencilla.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

Actualmente el 95% de la personas usa dispositivo móvil, ya sea para trabajar, relajarse o divertirse.

MERCADO OBJETIVO

Actualmente la venta de accesorios para celulares está en ascenso, cada vez hay más productos de esta rama.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Alex Salas:** administración y venta.
- **Juan Pablo Crocc:** administración y venta.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Nuestra competencia indirecta es China donde existen productos de similares características. Observamos la falta de diseño y calidad en sus productos, además de la falta de identidad.

PRODUCTO

ERGO holder es un soporte manos libres con el cual podemos sujetar el celular. Facilita su utilización para mirar películas, series, usar Skype, leer PDF, escuchar grabaciones, etc., sin tener que usar las manos.

MODELO DE NEGOCIOS

Vamos a lanzar el producto en diciembre de este año. Nuestro principal canal de venta será online, mediante las redes sociales. Vamos a segmentar nuestros usua-



● data

- **Fecha de fundación:** 5 de marzo de 2017
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$75.000
- **Sector:** Industria del plástico
- **Tipo de producto:** bien de capital

● contacto

- **Te.:** 341 2295722
- **E-mail:** fiascunarialex@gmail.com

rios por edad y tipo de plataformas que utilizan. Realizaremos vídeos y fotos para mostrar el producto.

MOMENTOS DESTACADOS

El 5 de marzo de 2017, nace la idea del soporte manos libres para celular. Empezamos a diseñar el producto y su fabricación.

Cultouch

«Allí, donde un artista tiene una idea y una obra en curso, Cultouch.com le permite comprar colaboraciones de otros artistas para esa obra».

problema detectado



solución innovadora

Nuestro cliente ideal es el artista que busca complementar su obra con aportes de otros. El problema es determinar de quién son los derechos sobre la obra final y, en todo caso, gestionarlos a gusto de los participantes. El orden legal y la compra-venta de estos derechos es lo que resolvemos.

Nuestra solución es una red social (página web/aplicación) que permite a los colaboradores seducir a quienes pagarán por su trabajo y cesión de derechos. Luego, certificamos los compromisos de las partes, a través de herramientas digitales. Somos partícipes necesarios.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

La Fanpage de Cultouch posee más de 3000 seguidores. En nuestro sitio oficial logramos casi 800 usuarios registrados de distintas partes de Latinoamérica, desde México a Chile, que subieron más de 1200 obras. Las campañas publicitarias eran muy exitosas, pero muy caras a la vez.

RONDA DE INVERSIÓN BUSCADA

Se busca profesionalizar el marketing, realizar optimizaciones en la red y aplicación del modelo de negocio. La inversión rondaría los \$600.000 (pesos argentinos).

EQUIPO EMPRENDEDOR

El emprendimiento tuvo colaboradores ocasionales e inversores menores. Actualmente, se sostiene por quien lo ideó, trabajó y desarrolló, **Pablo Bande**: Psicólogo, escritor y compositor.

KeetupDevelopment es la empresa de software que, si bien trabaja por contratación, ha sido un respaldo fundamental.

MERCADO OBJETIVO

El negocio empaquetado y sistematizado, como lo pretendemos hacer, no existe. Desde luego, los grandes artistas se manejan con abogados y contratos tradicionales para ordenar sus colaboraciones; sin embargo,



● data

- **Fecha de fundación:** 12 de mayo de 2013
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$100.000 (pesos argentinos)
- **Sector:** industria cultural
- **Tipo de producto:** servicios de gestión y protección de derechos de autor

● contacto

Pablo Bande

- Te.: 342 155558974
- E-mail: pablobande@hotmail.com
- Facebook: Cultouch



MODELO DE NEGOCIOS

Hay dos partes en pleno intercambio comercial: quien vende su trabajo original y derechos patrimoniales para complementar una obra ajena y el comprador que accede al usufructo de la obra y dirige el proyecto a su gusto. Un porcentaje de este intercambio es nuestra comisión.

MOMENTOS DESTACADOS

En un comienzo, solo éramos un espacio de certificación de autorías individuales. En el primer año alcanzamos 700 usuarios y más de mil obras subidas, siempre en relación directa a la publicidad pagada. Dejamos de publicar, nos avocamos a la programación y nos quedamos sin recursos.

este tipo de propuesta "minorista" y digital, no encontramos precedentes y es, mundialmente, expandible.

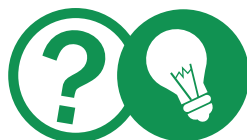
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Safecreative.org (nuestra principal referencia) lleva en el mercado 10 años, posee más de 250.000 artistas registrados y alrededor de 2,5 millones de obras. Su modelo de negocios está centrado en recibir obras, realizadas antes y fuera del sitio. No media entre partes.

Oxiliar

«Conectamos personas que ayudan con familias que lo necesitan. Espacio de encuentro de servicios de cuidado de niños, mayores y personas con discapacidad».

problema detectado



solución innovadora

Cuando necesitamos ayuda para cuidar a un familiar dudamos a quién recurrir, contamos con pocas opciones, buscamos recomendados de confianza entre allegados y demoramos en dar con soluciones, que suelen resultar insatisfactorias. Al mismo tiempo, existe una importante oferta de cuidadores sin visibilidad.

Un buscador en internet de prestadores de servicios de cuidados de personas. Cuidadores de personas adultas, niñeras o terapeutas con validación previa de capacitación, referencias, calificados por otros usuarios. El buscador permite comparar, reservar y pagar online, todo desde celular o PC, las 24 horas y en pocos minutos.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

- MVP funcional desde enero de 2018.
- Mercado prueba > Rafaela
100k habitantes
50% PEA
80% ocupados
28% menores de 10 años
13% mayores
- A/B Test oferta
1000 postulaciones de CABA/GBA en cinco días
150 postulaciones de Rafaela en dos semanas
- Muestra: 125 prestadores disponibles
Tarifa \$100 a 350/hora

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Javier Porcu:** comunicación/mentor.
- **Fernando Bircher:** marketing digital.
- **Carolina Vallejos:** tutora Rafaela Emprende.
- **Gerardo Zachary:** desarrollo web.
- **Javier Ginez:** CEO.

PRODUCTO

Plataforma online tipo marketplace de anuncios de oferta y búsqueda de servicios, con filtros, mensajería, reserva, pago online, calificaciones, cobertura de seguros y publicidad.



● data

- **Fecha de fundación:** 1 de noviembre de 2017
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$50.000
- **Sector:** servicios. Salud. TICs
- **Tipo de producto:** marketplace de servicios relacionados al cuidado de personas

● contacto

Javier Gínez

- Te.: 3492 667468 | 11 57193871
- E-mail: javier.ginez@oxiliar.com
- Web: www.oxiliar.com
- linkedin.com/in/javierginez

MERCADO OBJETIVO

Argentina

- 650 mil personas adultas con dependencias básicas.
- 1.3 mil personas con dependencias funcionales.
- 200 mil personas en residencias.
- + de 7 mil trabajadoras necesitan ayuda para cuidar a su familia.
- +700 mil jóvenes cuidan su familia, no estudian ni trabajan.
- + expectativa de vida > población envejeciendo rápidamente.
- LATAM> 1/5 población +65 en 2050.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- Portales y agencias de empleo.
- Consultoras de RRHH.
- Empresas de internación o cuidados domiciliarios.
- Niñeras: Alma-app, sitly.com.ar.
- Empleadas domésticas y cuidado ancianos: Zolvers.com 300mil usuarios en Argentina, Chile, México y Colombia. +600k USD inversión, 500 pagos x semana (2016).

MODELO DE NEGOCIOS

- 15% sobre los servicios reservados.
- Servicios premium de búsqueda y publicidad.
- Publicidad personalizada de productos y servicios complementarios.

- Venta de seguros, responsabilidad civil y accidentes personales.
- Venta de servicios financieros (préstamos, cuentas, tarjetas).

ESTRATEGIA DIFERENCIAL

Metodología Ágil/Lean: MVP funcional desarrollado con todas las herramientas tecnológicas, aplicado a un mercado segmentado, para testear, aprender, iterar y escalar. Creación de una red de apoyo.

MOMENTOS DESTACADOS

- **2017:** Idea, I+D > MVP Oxiliar.com v1
- **2018:** Validación oferta más de 100 cuidadores; Ra-faela Emprende; Competencia planes Comunicación; Foro de Capital; Red apoyo/socios/equipo; validar negocio.
- **2019:** Implementar planes; Oxiliar v2; expansión a Buenos Aires.
- **2020:** v3 Expansión nacional.
- **2021:** v4 Expansión a LatAm.

MÁS INFORMACIÓN RELEVANTE DEL NEGOCIO

- **Misión:** mejorar la vida de las familias y crear empleos que la tecnología no puede reemplazar.
- **Modelo:** Care.com fundada en USA en 2006, hoy en NYSE, 30M usuarios en 20 países, +150M U\$D invertidos.

Paisajes Lúdicos

«Alto valor estético e innovación para crear imagen referencial para organizaciones, cuyo valor de retorno, es el recuerdo de esa experiencia».

problema detectado



solución innovadora

Experiencias: los consumidores tienen una creciente demanda de experiencias en lugar de bienes.

Posicionamiento: instituciones y organizaciones requieren posicionarse de modo diferencial en sus entornos.

Innovación: posicionarse a partir de experiencias requiere un alto grado de innovación en diseño.

Creamos experiencias que desafían los límites conocidos y producen nuevas percepciones de lo cotidiano. Espacios de alto valor estético e innovación, que generan una imagen referencial para instituciones y organizaciones. El valor de retorno es el recuerdo de esa experiencia.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Leticia Paschetta**
- **José Cavallero**

Somos arquitectos argentinos y españoles (título homologado), máster en diseño de la Universidad de Navarra. Desarrollamos las marcas Paisajes Lúdicos (diseño) y P+C Arquitectos.

PRODUCTO

- **Casita plegable de árbol:** equipamiento lúdico.
- **Juego de las caricias:** estructura soporte lúdico.

MERCADO OBJETIVO

Planeamos orientarnos al mercado internacional, por ejemplo:

- Sector hotelero España: inversión € 3.800 M en 2017. + 500% entre 2013 y 2017. Captando menos del 0,05% de esta inversión podría lograr la sostenibilidad.

Gran potencial de crecimiento, considerando el sector en otros países.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas dedicadas a la provisión y montaje de áreas lúdicas. Servicios de diseño en función de los equipamientos que proveen. Bajo nivel de innovación y alto volumen de ventas.



● data

- **Fecha de fundación:** 16 de octubre de 2015
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$300.000
- **Sector:** diseño
- **Tipo de producto:** servicio de diseño de áreas lúdicas únicas y productos innovadores

● contacto

- Te.: +54 9 342 5114660
- E-mail: paisajesludicos@gmail.com
- Web: www.paisajesludicos.com



MOMENTOS DESTACADOS

- **2002:** Idea/concepto.
- **2015:** Incubación + Plan de Negocio.
- **2017:** Instalación “Experimenta en Rojo”. Primeras facturaciones.
- **2017:** Programa AI Invest 5.0.
- **2018:** Integrante de Misión comercial a Barcelona Week Desing. Seleccionados por Jurado internacional.
- **2018:** ANR para comercialización.

Empresas dedicadas al diseño de stands promocionales basan sus estrategias en diseño de alto impacto de imagen (branding).

MODELO DE NEGOCIOS

1. Servicio de diseño personalizado de áreas o paisajes lúdicos.
2. Desarrollo de productos (prototipos) que se convierten como elementos de difusión de la marca, para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios (caso Casita Plegable, con numerosos premios y distinciones).

Blastrip

«Inversores o consejeros con una fuerte red de transporte y de industria logística».

problema detectado



solución innovadora

La industria del transporte y la logística es de USD 15.3 trillones de dólares. A pesar de esto, se siguen detectando falencias en la cobertura del área de embalaje, de delivery con seguimiento en tiempo real y de la optimización de rutas.

Proveemos a nuestros clientes con sistemas de maquinaria inteligente para tomar decisiones y ayudarlos a reducir el costo de transporte.

MÉTRICAS DEL NEGOCIO

En la actualidad, estamos recaudando alrededor de AR\$350K – AR\$400K mensuales y con un 30% de crecimiento por mes. Debido al actual flujo de clientes y a los escasos recursos, el período de espera de los clientes será hasta enero. Además de esto, con el fin de expandirnos hemos adquirido dos compañías argentinas provenientes del área de transporte.

RONDA DE INVERSIÓN BUSCADA

Como inversión estamos buscando alrededor de USD\$75K – USD\$100K con una cotización de USD\$4.5 millones.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Benison Thomas:** CEO.
- **Nahuel Bernues:** CFO.
- **Emanuel:** Head of Marketing.
- **Luciano:** Sales Manager.

PRODUCTO

Sistema de administración de transporte, administración de almacenamiento, despacho online, seguimiento en tiempo real, optimización de rutas. Dirigimos nuestro negocio con poder, eficiencia y control total.



● data

- **Fecha de fundación:** 1 de noviembre de 2016
- **Inversión realizada hasta el momento:** \$ 10.000
- **Sector:** transporte y logística
- **Tipo de producto:** gestión de transporte, administración de Inventario, de carga, reparto/despacho online

● contacto

Benison Thomas

- E-mail: benison.thomas@shoppias.com



MERCADO OBJETIVO

Escala de mercado: 15.3 trillones de dólares, entre EEUU, Brasil, Asia (India, China) y África.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Loginext, Shippy, Locus, Delhivery.

MODELO DE NEGOCIOS

B2B.

MOMENTOS DESTACADOS

- **Diciembre de 2018:** objetivo a alcanzar: USD \$50k en ventas mensuales en Latino América y Estados Unidos.
- **Febrero de 2019:** lanzamiento de un nuevo e innovador sistema de delivery.
- **Julio de 2019:** expansión de la presencia en América Central, Estados Unidos y Canadá.
- **Diciembre de 2019:** ventas de USD\$200k por mes, en las regiones operadas.

índice

- 02. Presentación
- 03. IO Cloud Solutions
- 05. Fromthesouth – Glink
- 07. MalonBikes
- 09. Avea
- 11. Ergo Gadget
- 13. Cultouch
- 15. Oxiliar
- 17. Paisajes Lúdicos
- 19. Blastrip

