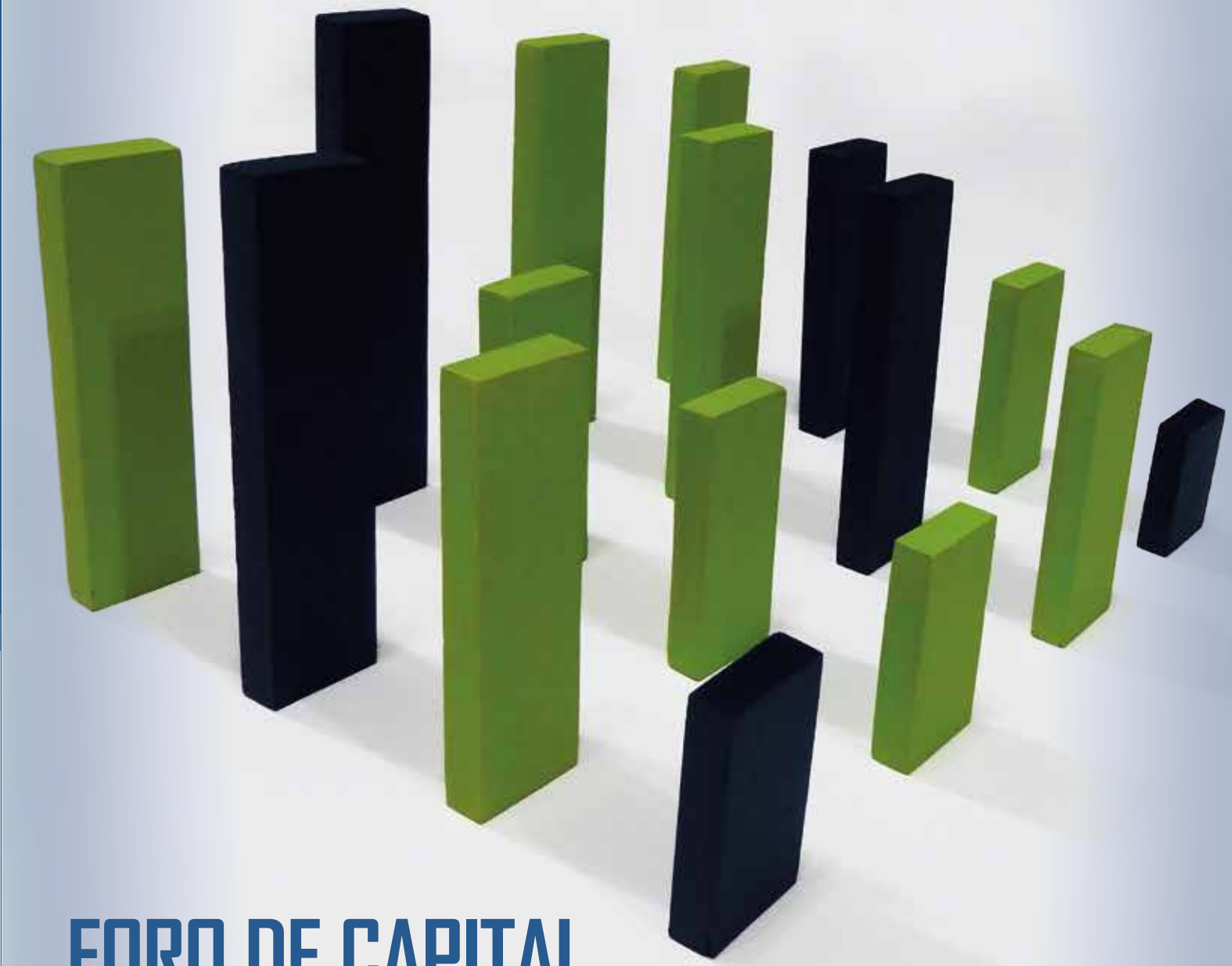
— *Un espacio de encuentro entre emprendedores e inversores* —



FORO DE CAPITAL
PARA LA INNOVACIÓN

región litoral centro

— 10 años —

17 DE NOVIEMBRE | BOLSA DE COMERCIO DE SANTA FE

Índice

01. Introducción

02. Presentación

04. Foro de Capital: 10 ediciones

05. Empresas seleccionadas edición 2016

ZONA A

06. Winka
08. PowerGym
10. Revista más beneficios
12. Estrategia C4 S.R.L.
14. BioFertil
16. ECOAislación

ZONA B

18. Turismo Aguaribay | Producto Tierras Vírgenes
20. Pozzi Ingeniería S.R.L.
22. GIRO
24. Diana Soli

26. Instituciones que integran el Foro de Capital para la Innovación

Equipo Editor
Área de Comunicación
Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo
Universidad Nacional del Litoral

Contenidos
Marianela Morzán
Natalia Palacio

Diseño
Jesica Damiani

En su décima edición, el grupo de instituciones de los sectores científico-tecnológico, productivo, financiero y estatal que conformamos el Foro de Capital para la Innovación de la región Litoral Centro, nos encontramos una vez más con el fin de propiciar la asociación entre emprendedores, la comunidad empresarial y los inversores interesados en financiar empresas con alto potencial de rentabilidad.

El principal objetivo de esta iniciativa es que las ideas, descubrimientos científicos y avances tecnológicos generados en nuestra región tengan el sustento necesario para transformarse en proyectos productivos. En ese sentido, el Foro como espacio permanente, ofrece diversas instancias de capacitación, vinculación, negociación y presentación pública de planes de negocios de ideas innovadoras.

El Foro genera acciones que permiten detectar proyectos con alto potencial, darlos a conocer a inversores interesados en la realización de buenos negocios y difundir herramientas de financiación para procesos productivos que están fuera del sistema crediticio y que representan valiosas posibilidades de aprendizaje y desarrollo emprendedor del conjunto de los actores que conforman el ecosistema emprendedor en la región.

Asimismo, trabaja en la formación de una masa crítica de inversores que estén dispuestos a invertir en empresas nuevas con alto potencial de rentabilidad y participar activamente de las mismas, aportando valor, por medio del asesoramiento, el aprovechamiento de otros recursos o la utilización de su red de contactos.

Por décimo año consecutivo, las instituciones renovamos el compromiso de continuar sumando esfuerzos y realizar acciones asociativas para consolidar este espacio como un enlace clave de la red de soporte del desarrollo emprendedor, la dinamización de innovaciones, la creación y el desarrollo de emprendimientos tecnológicos en la provincia de Santa Fe y la región.

Nuestro desafío es contribuir a mejorar la calidad de vida, venciendo las dificultades de empleo y de pobreza, mediante la oportunidad para que el conocimiento se transforme en empresa. En este espíritu de renovación de compromisos, extendemos la invitación a participar de este espacio a fin de multiplicar las oportunidades y posibilidades que el trabajo emprendedor, colectivo, comprometido y participativo genera.

COMITÉ ORGANIZADOR
Foro de Capital para la Innovación
Región Litoral Centro
Noviembre de 2016

Presentación

El Foro de Capital para la Innovación es un espacio sostenido durante 10 años por diferentes instituciones de la región Litoral - Centro que busca promover el crecimiento de empresas y emprendimientos que generen crecimiento a nivel local, a partir de las inversiones en la economía real.

Entre otras actividades, organiza anualmente el Encuentro Anual del Foro de Capital, donde emprendedores y empresarios presentan sus planes de negocios y requerimientos de financiamiento, ante la comunidad empresarial y de inversores, interesada en financiar oportunidades de negocios vinculadas al capital de riesgo.

El Encuentro del Foro busca sensibilizar a los posibles actores de este mercado, desarrollar los conocimientos locales sobre los principales conceptos y prácticas relacionadas con la utilización del capital de riesgo como instrumento para financiar el crecimiento de empresas, generar relaciones y espacios de cooperación entre actores públicos y privados, y ofrecer oportunidades de negocio atractivas para empresarios e inversores.

PROCESO DE TRABAJO

Para ello, durante el año se realizan distintas actividades que confluyen luego en el Encuentro Anual. Así, en abril se abrió la convocatoria destinada a proyectos con alto potencial innovador. Durante los meses de junio y julio se llevaron a cabo distintas charlas de sensibilización en las ciudades de Santa Fe, San Justo, Reconquista, Rafaela, Rosario y Esperanza.

Una vez finalizada la convocatoria, los proyectos que se presentaron fueron entrevistados y evaluados por un comité de expertos.

Se presentaron 23 emprendimientos para participar de esta edición, de los cuales fueron seleccionados diez proyectos, quienes tuvieron la posibilidad de participar de capacitaciones sobre: modelado de negocios CANVAS; marketing para emprendedores; flujo de fondos y valuación de empresas; competencias comunicativas para hablar ante inversores: oralidad; comunicación efectiva; elevator pitch y, como cierre, se realizó una simulación de presentación ante tres inversores.

En paralelo a estas actividades, se organizaron charlas de sensibilización para inversores en la ciudad de Santa Fe.
Con esta preparación previa se llega al Encuentro Anual, el cual consiste en realizar una actividad dividida en tres espacios de trabajo. Primeramente se realiza un panel a cargo de un expositor experto en el campo del capital de riesgo, dirigido a sensibilizar a los inversores y emprendedores sobre la importancia de utilizar la inversión de riesgo como forma de financiación, a desarrollar conocimientos sobre este instrumento entre los actores claves del sistema de innovación y a obtener información acerca de otras herramientas de financiamiento.
La segunda actividad consiste en presentar públicamente los planes de negocios y necesidades de inversión de empresas innovadoras y de rápido crecimiento, interesadas en financiar su desarrollo a través de la obtención de capital de riesgo.
El tercer espacio es destinado a una interacción más directa entre inversores, emprendedores y organismos de financiación y fomento a la innovación. En este sentido, durante el Foro, se realizan rondas de negocios y se toman inquietudes y proyectos para coordinar futuras reuniones.
Además se trabaja en la presentación de distintas producciones, lo cual permite a cada una de las empresas mostrar algunas características acerca de sus proyectos, convirtiéndose el Foro en una vidriera que permite a emprendedores de la región exhibir ante inversores, empresarios y sociedad en general sus productos. Esta actividad es acompañada por otras acciones de comunicación en otros canales.

Foro de Capital: 10 años

1° EDICIÓN **2007**	9 EMPRESAS POSTULADAS 3 EMPRESAS EXPUSIERON	Bio Cisco Plant | Coeco Coop. Ltda. | Biocosmética | Fernández y Paravano | Cemax | Flotek | **Cardio Com** | **Qualis** | **Marcelo Paniccia**
2° EDICIÓN **2008**	7 EMPRESAS POSTULADAS 4 EMPRESAS EXPUSIERON	Drakos | Manjares del Litoral | Meinardy | **Cardio Com** | **Precission** | **Janus** | **Vairoli** |
3° EDICIÓN **2009**	3 EMPRESAS POSTULADAS 3 EMPRESAS EXPUSIERON	**Andrés Galli** | **From The South S.A.** | **Logikas**
4° EDICIÓN **2010**	15 EMPRESAS POSTULADAS 10 EMPRESAS EXPUSIERON	Eventos en tu ciudad | Granja Cuesta Arriba | Laboratorios TEA | Punto Sistemas Integrados y Móviles | Reto Pyme | **Bioparx** | **Biopractic** | **Dinoia Argentina** | **Driving Consultancy S.A.** | **Gentile Electrónica** | **Infored** | **Proyecto Fuse 21** | **Puyer** | **SistDeco** | **SolarMate**
5° EDICIÓN **2011**	6 EMPRESAS POSTULADAS 6 EMPRESAS EXPUSIERON	**Bioparx** | **BioSantaFe** | **Consultsis** | **Alcides Papini** | **Reciclados del Sur** | **WallastSystem**
6° EDICIÓN **2012**	10 EMPRESAS POSTULADAS 8 EMPRESAS EXPUSIERON	Convergencia Tecnológica | Mecano Desarrollo Mecánic | **Amaranteno** | **Anyfing S.R.L.** | **Blue Dot** | **Lipomize S.R.L.** | **Novartek** | **PMP** | **TecnoBioComb** | **Vigorem**
7° EDICIÓN **2013**	6 EMPRESAS POSTULADAS 6 EMPRESAS EXPUSIERON	**Abey, fábrica de tintas inkjet** | **Entrenar.se** | **Flotek** | **G8 Bioingeniería** | **Iveló** | **Tecnobiocomb**
8° EDICIÓN **2014**	6 EMPRESAS POSTULADAS 5 EMPRESAS EXPUSIERON	Agua para todos | **Dino Gourmet** | **Febo Asoma** | **Inteligentluz** | **Nuestro Litoral** | **Reciclados del Caucho S.A.**
9° EDICIÓN **2015**	27 EMPRESAS POSTULADAS 11 EMPRESAS EXPUSIERON	**Biosantafe** | **Bitcoffee** | **Bombieri Fábrica de Software** | **Con quién viajo** | **DeltaPP** | **Elementos Cosmética Natural** | **Ingenia Suma Bienestar** | **Medinatural** | **Muzen-Cab** | **RUF** | **SmilingWork**

Empresas seleccionadas para el Foro de Capital para la Innovación Región Litoral Centro 2016

PROCESO DE SELECCIÓN

Los requisitos para presentarse en el Foro fueron: ser una empresa constituida legalmente o en proceso de tramitación; tener una ventaja competitiva que esté centrada en la innovación; y requerir de nuevos aportes de capital para financiar el crecimiento. Las empresas seleccionadas fueron elegidas entre todas las postulantes por un jurado integrado por experimentados especialistas de diferentes instituciones. El proceso de selección tuvo dos instancias:

- La primera selección se hizo a partir del análisis de un «mini plan de negocios» enviado a través de un formulario. Los criterios de selección fundamentales fueron: el atractivo de la oportunidad de negocios, la fortaleza del equipo emprendedor y el grado de innovación del proyecto empresario.
- En una segunda instancia, las empresas pre-seleccionadas hicieron una presentación oral ante un jurado para complementar aspectos no observados en la postulación escrita.

Las empresas seleccionadas tuvieron la guía y asesoramiento de instituciones especializadas para la presentación que harán durante el Foro.

Este año se presentan dos categorías de proyectos:

- **PROYECTOS ZONA A:** proyectos seleccionados que participarán del encuentro con una exposición oral frente a inversores y un stand para presentar sus emprendimientos;
- **PROYECTOS ZONA B:** proyectos seleccionados que contarán con un stand para presentar sus emprendimientos en el encuentro.

Quienes estén interesados en obtener más información o inscribirse para futuros Foros pueden hacerlo ingresando a www.forocapital.org.ar.

Winka

Nombre: Winka
Año de constitución: 2016
Contacto: Ernesto Peroche
E-mail: winkaweb@gmail.com
Web: www.winka.com.ar
Redes: @winkadelivery

PRESENTACIÓN

Winka es una tienda e-commerce (comercio electrónico) donde los consumidores pueden adquirir productos saludables y/o artesanales, comúnmente adquiridos en dietéticas, a un precio competitivo y con la comodidad de recibirlos en su hogar o lugar de trabajo. Actualmente, la empresa adquiere aproximadamente el 70% de los productos directamente desde los fabricantes, ahorrando costos de intermediario. El almacenamiento y la distribución también son realizados por la empresa Winka, únicamente dentro de la ciudad de Santa Fe. La comercialización de los productos se realiza por medio de la plataforma o por redes sociales, teniendo como principal herramienta a Facebook.

GRADO DE DESARROLLO

Start-up.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Mauro Bonino.** Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Cargo que ocupa en la empresa: responsable de ventas.
- **Francisco Patrizi.** Contador Público Nacional. Cargo que ocupa en la empresa: responsable de compra.
- **Facundo Nicolás De Goicouria.** Estudiante de Analista en comercialización. Cargo que ocupa en la empresa: responsable de logística.
- **Ernesto Peroche.** Ingeniero Industrial. Cargo que ocupa en la empresa: responsable de tecnologías.

VISIÓN

Posicionarse como líder en ventas on-line en el rubro de productos saludables y artesanales a nivel provincial.

PRINCIPALES PRODUCTOS

Actualmente, se ofrecen más de 300 productos clasificados en: frutos secos, deshidratados, aptos para celíacos, bajos en azúcar, snacks, cereales, etc. Entre los más vendidos, encontramos las almendras, castañas de cajú, nueces Chandler, turroncitos, mermeladas, mix energético, etc. En el presente, se están incorporando productos artesanales y regionales (miel, cerveza y mermeladas).

PATENTES Y MARCAS

La marca Winka se encuentra en proceso de registro en el INPI. A su vez, ha finalizado su registro en nic.ar (www.winka.com.ar) y en las redes sociales Facebook e Instagram.

PLAN DE ACCIÓN

Actualmente, los canales de venta (Facebook y plataforma e-commerce) se encuentran consolidados. Los próximos pasos son:

1. extender los límites de entrega, incorporando: Santo Tomé, Recreo, Colastiné;
2. brindar una nueva solución logística de entrega por medio de puntos, los cuales serían propios o de locales comerciales adheridos;

3. aumentar los socios estratégicos (gimnasios y nutricionistas);
4. adquirir una mayor cantidad de productos artesanales, entre ellos, cerveza fabricada en diferentes regiones;
5. armar una estructura de crecimiento con el formato de franquicia.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

El público objetivo de este emprendimiento se encuentra en aquellos consumidores de alimentos nutritivos, saludables o artesanales radicados en la ciudad de Santa Fe que dispongan de acceso a internet y mínimos conocimientos informáticos para poder concretar una compra vía Facebook o página web.

La ventaja competitiva se sustenta en el creciente uso del comercio electrónico; la inexistencia de plataformas similares en la región; un precio del producto competitivo y la comodidad para el cliente de poder efectuar el pedido desde su casa. Como virtud a destacar, los socios cuentan con vasta experiencia en sus respectivos campos profesionales (comunicación, ingeniería, administración y logística).

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de venta es únicamente digital. Por medio de campañas publicitarias en redes sociales, buscadores y email marketing, se logra llegar, captar y fidelizar al cliente. Las alianzas estratégicas y la participación en conjunto con proveedores de eventos deportivos nos permiten llegar al público de manera off-line. La distinción del negocio es que el cliente adquiere productos a un precio competitivo y lo recibe en su casa dentro de las 48 h. hábiles siguientes a la realización de la compra.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Hasta el día de la fecha, se llevan invertido, aproximadamente, $130.000, de los cuales se distribuyen en:

1. **capital de trabajo:** productos, bolsa de cartón y friselina, calcomanías, bolsas, hosting, etc.,
2. **plataforma:** página web, e-mail transaccionales y publicitarios;
3. **marketing:** folletos, redes sociales y buscadores.

Cabe destacar que el total del capital invertido ya fue recuperado.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

La suma de dinero necesario para la madurez de este proyecto asciende a $500.000, los cuales serán utilizados para mejoras en: plataforma web, logística en almacenes y distribución, incorporación de nuevos productos y nuevas campañas publicitarias.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Se estima que el tiempo de salida de este proyecto es de tres a cinco años, dependiendo los rendimientos obtenidos.

PowerGym

Nombre: PowerGym
Año de constitución: 2014
Contacto: Miguel Schpeir | Mariano Peyregne
E-mail: info@sistemapowergym.com
Web: www.sistemapowergym.com
Redes: @sistemapowergym

PRESENTACIÓN

Existe la necesidad de una herramienta integral para gimnasios y centros de entrenamiento que realice no sólo una gestión eficiente de la actividad comercial sino también un control total del fraude que sufre este rubro. Las soluciones disponibles en el mercado resuelven parcialmente dichas necesidades y son demasiado complejas para el tipo de usuario final.

Hemos desarrollado una plataforma web con una interfaz intuitiva y fácil de usar que se complementa con dispositivos de acceso. Se ha demostrado que esta estrategia ha mejorado y regularizado en gran medida la recaudación de los gimnasios donde se aplicó.

GRADO DE DESARROLLO

Start-up.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Miguel Schpeir.** Ingeniero en Informática. Cargo que ocupa en la empresa: CEO.
- **Mariano Peyregne.** Ingeniero en Informática. Cargo que ocupa en la empresa: CTO.
- **Facundo Schpeir.** Técnico Superior en Gestión Empresaria. Cargo que ocupa en la empresa: CMO.

VISIÓN

Establecer nuestro sistema como líder dentro de toda la Argentina, siendo la empresa más confiable en el rubro y ofreciendo los últimos avances tecnológicos que nos permitan expandirnos a un mercado global.

PRINCIPALES PRODUCTOS

Actualmente nuestro producto principal es la plataforma web pero ya hemos comenzado a desarrollar el producto mínimo viable de nuestra aplicación móvil multiplataformas.

En un futuro se ofrecerán servicios adicionales como: nuevos módulos, estadísticas personalizadas y análisis de patrones de comportamiento de los usuarios de gimnasios.

PATENTES Y MARCAS

En proceso de registro de la marca «PowerGym».

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

El mercado de los gimnasios crece un 5% anualmente y no se ve afectado por las crisis. Actualmente, un 6,6% de la población argentina concurre a centros de entrenamiento logrando así una facturación mayor a $13.5 millones anuales (La Nación). En un mediano plazo se incluirá dentro del actual mercado objetivo a los clubes deportivos.

Nuestro sistema está basado en tecnologías web, se desarrolla de manera evolutiva (no se encuentra enlatado) y permite la conexión con dispositivos de acceso. Además, brindamos un servicio post-venta diferenciador. A fines del presente año, contaremos con otra ventaja importante: nuestra aplicación móvil multiplataforma.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Visitamos personalmente a cada establecimiento, ofrecemos demostraciones del sistema en funcionamiento sin cargo por un período determinado; campañas de mailing con bases de datos propias; asociación con la CAG (Cámara Argentina de Gimnasios) y participación en eventos vinculados al mercado.

En un futuro inmediato implementaremos campañas publicitarias en Facebook con un mercado objetivo específico, SEM (Search Engine Marketing) para nuestra web, entre otras.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Aún no hemos captado inversiones para el presente proyecto.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

Requerimos $400.000 para adaptar nuestro emprendimiento a fin de expandirnos a nivel nacional. El destino del financiamiento será para: desarrollo de aplicación móvil (40%), marketing digital y offline (35%) y desarrollo de nuevos módulos para la plataforma web (25%).

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Rentabilidad: 40% en un período de 14 meses. Esto es flexible y quedará sujeto a negociaciones específicas.

Revista más beneficios

Nombre: Revista más beneficios
Año de constitución: 2013
Contacto: Yanina Álvarez
E-mail: masbeneficiosf@hotmail.com
Redes: @revistamasbeneficios

PRESENTACIÓN

Revista más beneficios hace cuatro años que está en el mercado, es una revista de descuentos con salida semestral (primavera/verano y otoño/Invierno). De papel ilustración y full color, viene acompañada con una credencial plástica.
Este año creamos la APP Android para poder llegar a más cantidad de usuarios. La revista está segmentada por diez categorías: indumentaria, zapatos, peluquerías, etc. Cuenta con un geolocalizador, diez fotos, diez palabras claves y el descuento del que ofrece cada local comercial.

GRADO DE DESARROLLO

Mediana.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Yanina Álvarez.** Cargo que ocupa en la empresa: gerencia y comercial.
- **Sol Lavilla.** Diseñadora Gráfica. Desde el principio del proyecto, actualmente sigue siendo la diseñadora, trabaja freelance.
- **José Andruszczyszyn.** Cargo que ocupa en la empresa: encargado de redes sociales.
- **Pablo García.** Cargo que ocupa en la empresa: programador de APP y socio de APP.

VISIÓN

Revista más beneficios seguirá invirtiendo en tecnología para la APP Android. Nos estamos proyectando para seguir generando medios de ingresos económicos con nuestras herramientas de marketing aplicado a la revista impresa, la APP y un software en donde, mediante un lector de código QR, puedan hacerse efectivos los descuentos y acumulación de puntos. De esta manera, el comercio vende más y los usuarios compran con descuentos y son premiados con regalos o beneficios.
Toda esta información se almacena en el software, con lo cual podemos ampliar nuestra empresa tanto como para sumar más cantidad de clientes «comercios» y así expandirnos a nivel nacional e internacional con nuestro sistema de beneficios.

PRINCIPALES PRODUCTOS

Es una revista de beneficios en formato digital e impreso a partir de la cual los locales asociados a la misma ofrecen descuentos a los clientes mediante el pago de contado efectivo presentando la credencial plástica o a partir de la aplicación con descarga gratuita desde Play Store para todos los celulares Android en formato digital. Cuenta con un geolocalizador que muestra, según mi posicionamiento, cuál es el local más cercano a la hora de la comprar; está segmentada por categorías, imágenes, palabras claves, descuentos y tiene vinculación con todas las redes sociales.

PATENTES Y MARCAS

En trámite.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

- Servicio de beneficios y descuentos para los usuarios a través de dos formatos: impreso y digital.
- Es difícil de igualar a la competencia debido a sus componentes únicos: tanto el formato impreso como el digital son gratuitos para los usuarios.

- Continúan aumentando las ventas, ganancias y clientes.
- Contamos con los costos más bajos del mercado, de esta manera nos hemos adaptado a los cambios para seguir en competencia.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Revista más beneficios, es una empresa comprometida con los pequeños y medianos comercios de la ciudad de Santa Fe con el fin de incrementar sus ventas de contado efectivo, ya que las retenciones que están sufriendo por las tarjetas de débito y crédito les imposibilita al comerciante hacer descuentos a sus clientes. De esta manera pueden vender más y contar con el efectivo en el momento.

Diseñamos una revista de beneficios full color de papel ilustración, semestral, donde esta segmentada por diez categorías indumentaria, calzado, peluquerías, etc. Debidamente identificada por el descuento que ofrece cada local, donde además cuenta con una credencial plástica identificada con nuestro logo para que, al presentarla, se le haga efectivo el descuento.

Este año desarrollamos la APP Android, la cual cuenta con una vidriera virtual en donde se muestra: diez fotos de locales, diez palabras claves, el descuento o beneficio que ofrece cada local y un geo localizador. Esta herramienta es clave para el incremento en la cantidad de usuarios al momento de la compra y para poder expandirnos a nivel país; como así también, al resto del mundo sumándole el desarrollo del software con lector QR.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Se ha financiado a través de las pautas comerciales con un total de $400.000, lo cual fue destinado a impresión de las revistas, credenciales plásticas, radio (Sol 91.5) y la producción de la APP.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

- Total: $845.000
- Tecnología avanzada para la APPAndroid, software QR y lector de QR: $500.000
- Medios de comunicación, Facebook, web, diarios y radios: $250.000
- Viáticos para el equipo de venta: $95.000.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Los inversionistas verán su recupero en un año y medio. Con futuros avances tecnológicos, para que de esta manera siga el vínculo con cada uno o futuros nuevos inversores.

Estrategia C4 S.R.L.

Nombre: Estrategia C4 S.R.L.
Año de constitución: 2011
Contacto: Camila Petignat
E-mail: camila@neogram.com.ar
Web: www.neogram.com.ar
Redes: @NeogramOK | Neogram

PRESENTACIÓN
NeoGram es una empresa de agrobiotecnología fundada en 2011. Nuestra misión es contribuir a una ganadería más sustentable a través del mejoramiento genético de la calidad nutricional de pasturas tropicales y subtropicales, buscando aumentar la conversión de biomasa vegetal en los sistemas ganaderos. Nuestro producto más avanzado es GRAMAX, una nueva variedad de pasto con mayor digestibilidad, lo que permite aumentar la ganancia diaria en peso y al mismo tiempo reducir la emisiones de metano por cada kilo de carne o litro de leche producido.

GRADO DE DESARROLLO
Semilla.

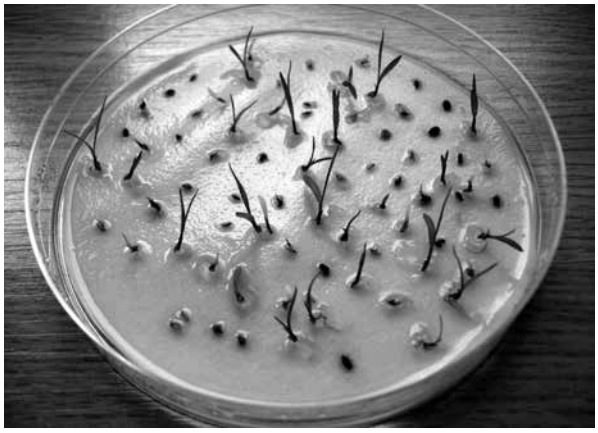
LUGAR DE ORIGEN
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, CABA.

EQUIPO EMPRENDEDOR
- **Anabella Victoria Fassiano.** Bióloga, PhD. Cargo que ocupa en la empresa: CTO, co fundadora.
- **Camila Paula Petignat.** Cargo que ocupa en la empresa: CEO, co fundadora.
- **Pedro Alesio Duarte.** Biólogo. Cargo que ocupa en la empresa: Lab. manager, soporte técnico.

VISIÓN
Contribuir a una ganadería más sustentable a través del desarrollo de nuevos productos biotecnológicos de alto valor innovador sin olvidar impactar positivamente en el mundo.

PRINCIPALES PRODUCTOS
GRAMAX es una pastura de la variedad Grama Rhodes mejorada molecularmente para mayor calidad. Su atributo principal es una mayor digestibilidad, lo que permite incrementar la eficiencia conversión de pasto a carne o leche. En los ensayos a campo GRAMAX mostró un 12% de aumento en digestibilidad comparado con otras variedades control. Su impacto potencial es un 37% de aumento en la ganancia diaria en peso del animal y al mismo tiempo una reducción del 58% en las emisiones de GEI por Kg producido.

PATENTES Y MARCAS
Estamos encarando el proceso de caracterización molecular de GRAMAX y para definir la estrategia de patentamiento. Por otro lado, poseemos registrada como marca GRAMAX



y Neogram y estamos en proceso de registrar una marca nueva (a definir) para englobar el concepto detrás de la tecnología que da origen a GRAMAX.

PLAN DE ACCIÓN

Los próximos 18 meses estaremos encarando el segundo año de ensayos a campo, ensayos en invernáculo y caracterización molecular que nos permitirán definir la estrategia de protección intelecutual y acercarnos al punto de comercialización de la tecnología.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Las semillas de pasturas son un input esencial para estos sistemas ganaderos. Tal es así que, a nivel mundial, la industria de semillas que abastece estas regiones comercializa un volumen de más de 200 millones de kilos de semillas por año. Lo que representa un mercado de US$ dos billones y corresponde sólo a un 9% del total de la superficie ganadera. En la próxima década se espera que el consumo de carne se incremente en un 22%. Para abastecer esta demanda será necesaria la intensificación de las hectáreas ganaderas ya destinadas para esta actividad. Esto sólo puede lograrse aumentado la productividad ganadera por hectárea, por ejemplo, incorporando más pasturas a los sistemas de producción.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Licenciamiento. El CORE es la protección de la propiedad intelectual de las tecnologías desarrolladas, en tres niveles: target molecular (patente), nueva variedad vegetal (derechos de obtentor) y la marca (marca registrada). Los ingresos vendrán en forma de regalías, como resultado de un acuerdo de licenciamiento con cada socio comercial para los productos desarrollados.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Hasta el momento nos hemos financiado con premios y subsidios públicos del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MinCyT) y CORFO (Gobierno de Chile).

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

Para los próximos 18 meses estimamos utilizar un máximo de $USD 300 mil destinados a cubrir los gastos de:

1. I+D de evaluación a campo (dos locaciones), ensayos en invernáculo y caracterización molecular y genética de GRAMAX;
2. estrategia de patentamiento, armado y presentación de patente en Argentina y registro de la nueva marca;
3. estudios de mercado y definición de captación de valor, previo a definir acuerdo comercial con semillera.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

En general la estrategia de exit para empresas de biotecnología viene siendo M&A por una empresa grande de la industria.

BioFertil

Nombre: BioFertil
Año de constitución: 2014
Contacto: Juan Pablo Fornes | Juan Andrés Sarquis
E-mail: juandres.sarquis@gmail.com

PRESENTACIÓN
Nuestros productos solucionan los problemas en las aplicaciones de agroquímicos, siendo la formación de espuma, el pH inadecuado, la capacidad evaporativa, la poca permeabilidad al agua de las hojas, además de nutrir a la planta para mejorar sus defensas naturales contra hongos e insectos. Para ahorrar en aplicación poseemos la ventaja de ser compatibles con la mayoría de los agroquímicos usados en el mercado. Al ser nutritivo, produce un aumento del rendimiento de la siembra, dando ganancias las cuales absorben el gasto de compra de nuestro producto.

GRADO DE DESARROLLO
Semilla.

LUGAR DE ORIGEN
Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR
- **Juan Andrés Sarquis.** Licenciado en Biodiversidad. Cargo que ocupa en la empresa: socio y vendedor.
- **Juan Pablo Fornés.** Ingeniero Químico. Cargo que ocupa en la empresa: socio y formulador.

VISIÓN
Ocupar una porción del mercado comercializando nuestros productos; luego invertir en investigación y desarrollo para generar mercados y lograr un crecimiento constante de la empresa.

PRINCIPALES PRODUCTOS
Fertilizantes foliares y coadyuvantes.

PLAN DE ACCIÓN
La comercialización se realizará a través de cooperativas, revendedores y venta directa. A futuro, pensamos vender en conjunto con empresas de productos compatibles. El primer año, se estima producir 500 litros para comercializar, los

cuales se distribuirán en diferentes lugares y actores según la estrategia de venta. El segundo año, produciremos 4000 litros.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

El mercado está estimado a partir de las hectáreas productivas de la región (más de 12 millones), nosotros apuntamos solo a un pequeño porcentaje para comenzar.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Cooperativas, ventas directas y revendedores. Las estrategias por las cuales se venderán los productos serán explicadas solo al socio/s capitalista.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Hasta el momento se han utilizado 10.000 pesos para producir los primeros litros.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

Considerando los insumos y los registros de los productos en SENASA se calcula una inversión inicial de 1.000.000 de pesos.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Esta inversión inicial se recupera al segundo año y se triplica al tercer año.

ECOAislación S.R.L.

Nombre: ECOAislación S.R.L.
Año de constitución: 2015
Contacto: Rodrigo Lucero | Oscar Marana
E-mail: ecoaislacion@gmail.com
Web: www.ecoaislacion.com
Redes: @ecoaislacion

PRESENTACIÓN

ECOAislación S.R.L. es una empresa de triple impacto constituida por un equipo multidisciplinario de emprendedores, con experiencia en la industria de la celulosa y el papel, la tecnología y el desarrollo de relaciones comerciales. Tiene como propósito otorgar soluciones sustentables de aislación, tanto térmica como acústica, a todo aquel que lo requiera, de manera responsable y sobre todo con la intención de colaborar con el cuidado del medio ambiente, el ahorro energético y manteniendo siempre un precio justo. Basándose en principios fundados en sustentabilidad ambiental, económica y social.

GRADO DE DESARROLLO

Start-up.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Santo Tomé, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Oscar Marana.** Técnico Químico. Estudiante Ingeniería Industrial UTN. Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente.
- **Rodrigo Lucero.** Técnico Químico. Estudiante Ingeniería Química FIQ-UNL. Asistente de Gerencia de Producción en fabricación de cartones. Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente
- **Lucas Bruera.** Ingeniero Químico. Gerente IDEAR. Cargo que ocupa en la empresa: socio.
- **Alexis Bock.** Licenciado en Biotecnología. Desarrollo de productos involucrados en la industria papelera. Cargo que ocupa en la empresa: socio.
- **Analía Verónica Melchiori.** Terapista ocupacional. Cargo que ocupa en la empresa: socia.

VISIÓN

Llegar a ser los proveedores de sistemas integrales de aislación sustentable para la construcción más reconocidos de la región, consolidando nuestra presencia e imagen empresarial comercializando productos y servicios de alta calidad a precios competitivos.

PRINCIPALES PRODUCTOS

Aislante de fibra de celulosa que brinda protección térmica, acústica, biológica, control de condensación/humedad y fuego y es repulsivo contra insectos y roedores. Compuesto en un 85-92% de papel reciclado preseleccionado, sales bóricas naturales y otros aditivos que le confieren propiedades inigualables.

PATENTES Y MARCAS

Está en proceso el registro de una marca nueva para la fibra de celulosa que fabrique nuestra empresa. Actualmente, estamos haciendo una búsqueda de antecedentes marcarios

para hacer un registro mixto. Respecto a las patentes, no hay en el país.

PLAN DE ACCIÓN

Como se trata de un producto nuevo en la región, EcoAislación está trabajando para cumplir sus objetivos iniciales: desarrollo y fortalecimiento del aislante en el mercado local, fidelización de clientes y creación de una cadena de franquicias dentro de la provincia para lograr posicionar el producto como uno de los más completos del mercado. Como próximo paso, debido a la gran aceptación que ha tenido el producto en el mercado, la empresa busca invertir en la creación de una planta productora del aislante que pueda abastecer a los aplicadores locales, a las franquicias y a las otras empresas que en la actualidad se encuentran importando el producto.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Cada vez es más importante el uso de aislantes para combatir los cambios de temperatura, humedad, etc. Existen múltiples aislantes en el mercado con diferentes capacidades y usos. Entendemos como fortalezas del aislante de celulosa: la gran capacidad de aislación; el sencillo método de aplicación y el menor costo con respecto a otros aislantes con características similares. En el mercado regional hay ausencia de competidores directos pero existen competidores indirectos como la espuma de poliuretano y lana de vidrio, entre los más usados. Sobre los cuales, nuestro aislante cuenta con ventajas, sobre todo en precio con respecto al poliuretano y en calidad, con respecto a la lana de vidrio.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Entendemos que para lograr los objetivos planteados, es indispensable la alianza con una empresa con vasta experiencia en el mercado de materiales de la construcción y con una estructura comercial sólida para la distribución del producto en toda la región.
La idea es comercializar el material a través de distribuidores que abastezcan a todos los aplicadores que se desarrollen.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

En este sentido la empresa está trabajando en conseguir líneas de subsidios tanto nacionales como provinciales para cubrir parte de la inversión. Pero, adicional a esto, deberemos contar con aportes de un inversionista para lograr los objetivos planteados.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

Desarrollo y producción de la máquina aplicadora: $ 200.000.
Línea de producción fibra de celulosa: $ 3.000.000.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

La inversión requerida permitirá comprar una línea de producción que tenga una capacidad para abastecer la demanda planificada y desarrollar máquinas para una aplicación efectiva del material. Además, bajará significativamente los costos del producto, reduciendo el precio final para hacerlo más competitivo.

Turismo Aguaribay

Nombre: Turismo Aguaribay - Producto Tierras Vírgenes
Año de constitución: 2012
Contacto: Cooperativa de Trabajo Turismo Aguaribay L.T.D.A.
E-mail: tierrasvirgenes@outlook.com | tierrasvirgenes@gmail.com
Web: https://cooperativaturismoaguaribay.wordpress.com
Redes: @Turismo Aguaribay | @cooperativatur2

PRESENTACIÓN

Tierras Vírgenes, al noreste de la provincia de Santa Fe, se presenta como un nuevo destino turístico que ofrece gran producción artesanal, culturas de pueblos originarios y sitios arqueológicos. Se destacan:

- Presencia de quintas, producción de citrus y de miel, con la atracción de Granja ecológica.
- Gran diversidad de atractivos naturales (ecosistemas del norte santafesino: sitio Ramsar, transición el espinal, Cuña Boscosa, bajos submeridionales).
- Pueblos con historia viva, patrimonio histórico La Forestal (se recomienda una estadía mínima de 3 noches).
- En Ramsar Jaaukanigas podés disfrutar de islas del gran Río Paraná y recorridos acuáticos de encanto, kayak, cabalgatas, senderismo, ente otros.

GRADO DE DESARROLLO

Semilla.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Reconquista, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Cabrera María Cristina.** Cargo que ocupa en la empresa: presidente.
- **Sebastián Leonel Suligoy.** Cargo que ocupa en la empresa: tesorero.
- **Noelia Barolin.** Cargo que ocupa en la empresa: revisor de cuentas.
- **Roberto Ojeda.** Cargo que ocupa: secretario.
- **Carina Silvana Canario; Marta Graciela López; Andrés Ugueruaga y Mercedes Stangaferro.** Cargos que ocupan en la empresa: vocales.

VISIÓN

Tierras Vírgenes, como producto único, original y exquisito, es encontrado por visitantes del mundo produciendo un cambio a nivel global en los sistemas de comercialización.

PRINCIPALES PRODUCTOS

1. **Paquete turístico en isla:** 4 días y 3 noches; alojamiento en cabañas en islas El Verde, el Boquerón (Reconquista, provincia de Santa Fe); traslado en embarcación, atención personalizada con degustación de comidas típicas y hotel céntrico, con servicio de cena show. Opcionales: pesca de orilla o excursión de pesca y recorrido de granja ecológica Naturaleza Viva en Guadalupe Norte (localidad ubicada 26 km al norte).
2. **Paquete turístico en las tierras Vírgenes:** 4 días y 3 noches; alojamiento en hoteles 3 estrellas en ciudad de Reconquista, Avellaneda y Vera; servicio de media pensión. Opcionales: recorrido aéreo sobre la ciudad, recorrido del río (kayak) cabalgatas y asado criollo.

3. **Paquete turístico Naturaleza e historia:** destinado a grupos de estudiantes y tercera edad. Alojamiento grupal en complejo La Lola (a 17 km de Reconquista). Servicio de media pensión o pensión completa. Fogón, complejo bailable en Avellaneda y actividades recreativas de intercambio de experiencias con grupos de la región.

Para todas las propuestas se ofrece: guías permanentes, cobertura de seguro y asistencia al viajero.

PATENTES Y MARCAS

Marca del producto: Tierras Vírgenes.

PLAN DE ACCIÓN

Articulación con actores privados y ONGs que requieran paquetes turísticos. Ofrecer este producto, que incluye varios circuitos, más traslado, servicios de cabañas, eco camping, actividades turísticas y culturales; senderismo, cabalgata, caminatas, pesca deportiva, paseos acuáticos, avistamiento de aves. También gastronomía típica y venta de productos artesanales. Organización de viajes, eventos y actividades culturales así como excursiones, de cualquier índole, dentro y fuera del país.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Somos pioneros en turismo receptivo en la región Noreste de la provincia de Santa Fe, por lo cual proponemos alianzas estratégicas con otras agencias de viajes.

Ventajas competitivas: somos nuevos en el mercado, aseguramos equipo que coordina y guía todas las acciones, con manejo de idiomas; y proponemos servicios complementarios, el producto es innovador para la región.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Con nuestro público analizado, sabemos a quiénes principalmente dirigir nuestras ventas; conocemos la ausencia de competidores y contamos con un producto innovador.

En un principio, queremos lanzar este producto a un bajo costo a fin de lograr una mayor visibilidad y rápida penetración, ofreciendo variedades de descuentos y promociones.

Los intermediarios para la venta serán: agencias de turismo (alianzas estratégicas) o conseguir habilitación de venta propia (lo que implica un costo económico extra).

Página web propia (tienda virtual de los paquetes); visitas personalizadas a instituciones (centros educativos, consejos de la tercera edad, etc.); folletos para difusión y publicidad digital. También, se realizarán concursos, eventos y otras actividades. Se incluirá la participación en ferias y exposiciones de negocios.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

Hasta la actualidad, el aporte utilizado para llevar adelante todo el proyecto ha sido capital de trabajo de profesionales de distintos perfiles y el aporte de socios, que confían en la factibilidad y viabilidad del proyecto. Recepción de subsidio municipal de $12000 y otro aporte financiero de un programa nacional $5000.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

Inversión inicial: $3.500.000.

Para la realización de un centro integral, sobre una ruta nacional o internacional, construido en un lugar de parador para ofrecer una amplia oferta turística a toda la región Noreste de la provincia de Santa Fe. La obra está pensada en bioconstrucción; incluirá un salón de degustación de comidas típicas y un espacio con 64 locales para artesanos y emprendedores. Consideramos esta realización estratégica e inmejorable para la creación de 150 nuevos puestos de trabajo y para el cuidado el medio ambiente.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Tiempo máximo de salida de la inversión: 4 años.

Pozzi Ingeniería S.R.L.

Nombre: Pozzi Ingeniería S.R.L.
Año de constitución: 2015
Contacto: Matías Pozzi | Luciano Martín Pozzi
E-mail: info@pozzingenieria.com
Web: www.pozzingenieria.com
Redes: @pozzi.ferreteria.ingenieria.srl

PRESENTACIÓN

Pozzi Ingeniería, es una empresa que ofrece servicios de ingeniería, dirección, ejecución y verificación por cálculos de proyectos, inspección técnica de obras y diseños mecánicos, con el desarrollo de estudios en diferentes naturalidades.

GRADO DE DESARROLLO

Semilla.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de San Justo, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Matías Pozzi**. Ingeniero Mecánico. Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente.
- **Luciano Martín Pozzi**. Ingeniero Industrial. Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente.

Ambos egresados de la Universidad Tecnológica Nacional y socios de la firma Pozzi Ingeniería S.R.L., la cual presta servicios de consultoría en diferentes ámbitos.

VISIÓN

Nuestros lineamientos de trabajo se centran en: desarrollo de nuevos servicios o productos para el mercado regional, nacional e internacional; con el fortalecimiento de nuestros equipos de trabajo y crecimiento de los empleados y colaboradores.

PRINCIPALES PRODUCTOS

Nuestro principal producto es una máquina descompactadora y cepilladora de césped artificial, denominada «Nicoletta I». Es un nuevo dispositivo exclusivo para el mantenimiento y limpieza de los mismos, la cual extiende la vida útil, mejora la calidad y asegura un excelente nivel de prestación de los diferentes terrenos en juego.

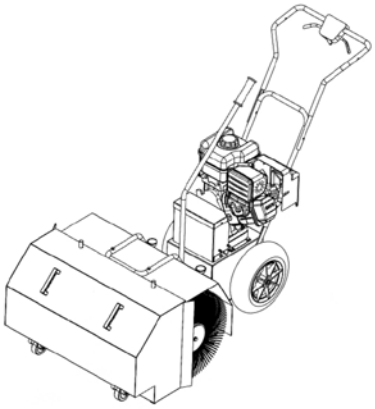
PATENTES Y MARCAS

Hoy en día, la máquina no se encuentra con patente, pero estamos tramitando dicho proceso. Se registrará, en un futuro cercano, como un recurso propio; creada y desarrollada por nuestra empresa: Pozzi Ingeniería S.R.L.

PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción está constituido por:

1. **Diseño mecánico:** surge como una necesidad frente a las dificultades actuales en el mantenimiento de los comple-



jos y centros deportivos de césped artificial. Para ello, se formó un grupo de profesionales, los cuales realizaron la ingeniería básica y de detalle del dispositivo en cuestión.

2. **Fabricación de la misma:** se analiza las compras en el mercado nacional de componentes mecánicos para ensamblar la máquina. Para ello, se consultó a proveedores de insumos industriales, se verificaron precios para su posterior adquisición. Además, será construida por técnicos e ingenieros especializados, quienes verificarán la funcionabilidad de la misma.
3. **Puesta en marcha:** consistirá en pruebas de ensayos y error para realizar los ajustes necesarios, y lograr así su correcto funcionamiento.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Este proyecto suple las necesidades de los propietarios de terrenos destinados a los deportes y fabricantes de parquizados sintéticos. Como así también a: clubes, centros y complejos públicos o privados. Además, fomenta el crecimiento del mercado económico en moto-implementos impulsado, no sólo en el ámbito regional, sino también nacional e internacional.

Las ventajas en el uso de dicha máquina son la reducción de los tiempos y costos en la limpieza de las canchas de éste tipo, para lograr una mayor durabilidad de las mismas, evitar lesiones de los jugadores, mejorar el ambiente deportivo, entre otros beneficios.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Principalmente se proyecta la promoción del producto a partir del contacto directo con los clientes, a través de visitas programadas por zonas, con folletos y catálogos comerciales; resaltando la conveniencia en costos, tiempos de trabajos y durabilidad de los terrenos antes mencionados. Además, se completará con medios de difusión tales como; página web, e-mails, medios virtuales de compra-venta de productos (Mercadolibre, Aulamaula, etc.) llamados telefónicos y redes sociales (Facebook).

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

El financiamiento utilizado es propio de la empresa y está basado en el diseño, la planificación y el desarrollo de ingeniería para llevar a cabo la misma.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

El monto total de inversión requerido será de $62.150, los cuales van a estar destinados a la fabricación de un prototipo de prueba, a fin de corroborar que nuestro «producto mínimo viable» reciba la aceptación dentro del mercado previamente mencionado. Además, se considerará suplir algunas horas de ingeniería y puesta en marcha del proyecto.

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Está estimada a los 3 años. El VAN>0 y TIR=48%, lo que demuestra la viabilidad del proyecto.

GI.RO Sillones

Nombre: GI.RO Sillones
Año de constitución: 2014
Contacto: Horacio Gibert | Manuel Rojas
E-mail: girosillones@gmail.com
Redes: @sillon.paraobesos

PRESENTACIÓN

El proyecto GI.RO Sillones trata de sillones plegables y transportables, con ciertas características técnicas especiales para soportar hasta 300 kg. de peso corporal. Nace de la necesidad de inclusión de las personas con obesidad y cierta dificultad motriz, sea por edad avanzada o secuelas de problemas de salud.
Detectamos ese nicho de mercado, a raíz de una búsqueda que hicimos a nivel mundial para adquirir este tipo de producto sin resultados hasta la fecha. Es por eso que queremos proyectarnos a nivel nacional e internacional.

GRADO DE DESARROLLO

Start-up.

LUGAR DE ORIGEN

Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR

- **Manuel Alberto Rojas.** Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente.
- **Horacio Fabián Gibert.** Cargo que ocupa en la empresa: socio gerente.

VISIÓN

Crear una empresa exportadora de sillones plegables y transportables para gente con sobrepeso, facilitando la inclusión social de dichas personas, respondiendo a una demanda creciente a nivel mundial (comprobable a través de nuestra corta experiencia ya que hemos recibido pedidos del exterior).

PRINCIPALES PRODUCTOS

El producto es un sillón para personas con sobrepeso u obesidad con características técnicas especiales, realizado con caños de 3/8 mecánico con un ancho de 0,95 m. final y de 0,50 m. de alto con seis antideslizantes y apoyabrazos acordes al sillón. Lo que le otorga una resistencia de hasta 300 kg. de peso corporal.

PATENTES Y MARCAS

Patente en trámite.

PLAN DE ACCIÓN

- **Corto plazo (un año):** insertar sillones en el mercado regional, haciéndolo conocido a través de distintos medios publicitarios y redes sociales.
- **Mediano plazo (dos años):** obtener Certificación de Calidad (Normas IRAM), extendiendo el producto al mercado nacional. Se aclara que las Normas IRAM para nuestro producto no existen, razón por la cual se trabajará sobre el mismo para su certificación.
- **Largo plazo (a partir del tercer año):** exportar sillones, satisfaciendo demanda de un mercado mundial creciente (dada la problemática de la pandemia «obesidad»).

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

La última Encuesta Nacional de Factores de Riesgo realizada en la Provincia de Santa Fe arrojó un porcentaje de población con sobrepeso del 35% y de población con obesidad del 25%, sobre un total de 4 millones de habitantes. En Argentina sobre un total de 45 millones de habitantes, el 60% es obeso. Este porcentaje crece exponencialmente, considerando que Argentina es el país de América Latina con más obesidad/habitantes. Además debemos considerar el mercado mundial en el que la obesidad constituye una creciente pandemia.

Nuestro producto es único por lo tanto es un nicho de mercado, razón por la cual lo patentaremos y se realizarán las normas IRAM en base al mismo, dada su originalidad.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

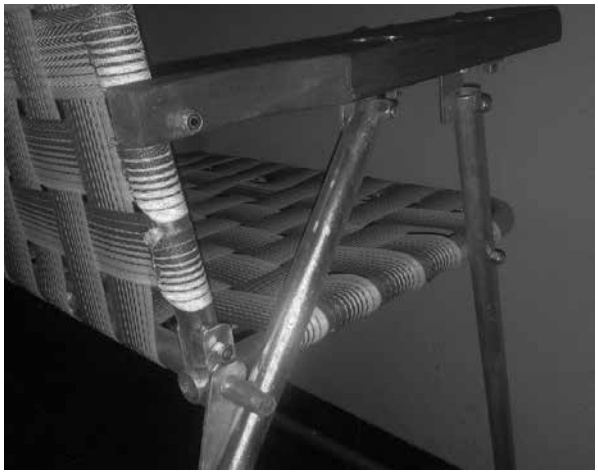
- publicidad en redes sociales y medios masivos de comunicación social;
- venta directa;
- venta a través de gremios, mutuales, etc., (a valores diferenciados);
- feedback post venta.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

$20.000 (pesos veinte mil).

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

$800.000 (pesos ochocientos mil)
70% producción - 30% publicidad.



Diana Soli

DIANA SOLI

Nombre: Diana Soli
Año de constitución: 2012
Contacto: Diana Soli
E-mail: info@dianasoli.com.ar
Web: www.dianasoli.com
Redes: @DianaSoliOK | @diana_soli

PRESENTACIÓN
Diana Soli es una firma santafesina de diseño de indumentaria femenina, con sello de autor. Trabaja la moldería experimental aportando creatividad e identidad a la marca. Cada temporada responde a un patrón cuidando el diseño y su mensaje. Apuntamos directamente a la mujer actual ofreciéndoles lo que llamamos nuevos básicos, piezas atemporales. Se orienta a satisfacer una demanda en crecimiento. Hoy existe mayor conciencia de lo que se viste, generando un valor agregado al diseño y la producción nacional. Vemos a la realización de este proyecto como la oportunidad de continuar generando y consolidando un vínculo con nuestros clientes y potenciales clientes.

GRADO DE DESARROLLO
Crecimiento.

LUGAR DE ORIGEN
Ciudad de Santa Fe, provincia de Santa Fe.

EQUIPO EMPRENDEDOR
- **Diana Soli.** Fundadora y creativa de la marca.

VISIÓN
Crear valor agregado a la mujer actual a través del diseño de indumentaria, logrando productos diferenciados con identidad propia, originalidad y funcionabilidad.

PRINCIPALES PRODUCTOS
Diana Soli cuenta en cada temporada con distintas tipologías, que a su vez varían según a cuál correspondan (primavera-verano y otoño-invierno): remeras, vestidos, polleras, shorts, pantalones, chaquetas y tapados. Como característica común a todos los diseños, es la correcta intervención de ideas innovadoras en cada prenda.

PATENTES Y MARCAS
Registro de marca en trámite.

PLAN DE ACCIÓN
Hay que establecer estrategias claras y competitivas de marketing y comunicación. Tenemos que ser inteligentes y tener una mirada atenta para poder sacar las mejores conclusiones y establecer líneas estratégicas de trabajo.
- **Comunicación:** qué vamos a comunicar y a quién, y en qué medios de acuerdo a las estrategias planteadas. Envío de gacetillas de prensa a medios locales y nacionales, novedades a medios y revistas por un lado; a clientes

y potenciales clientes mayoristas y minoristas por otro lado, cada uno con un formato específico mediante el armado de newsletter, vía correo electrónico.
- **Marketing:** tradicional y digital. Armado de estrategias y ejecución de las mismas.

MERCADO Y VENTAJAS COMPETITIVAS

Mercado femenino. Tamaño: más de 5 MM de mujeres en el país, según censo 2010. Somos los únicos en el mercado santafesino que trabajamos experimentalmente la modelería, de manera innovadora y como parte de identidad de la marca. Invertimos constantemente en imagen y comunicación para la correcta evolución y posicionamiento de la marca en el mercado objetivo. Cubrimos desde el diseño y la selección de tipologías, la demanda de consumidoras en un amplio rango de edades. Hay un incremento en el consumo de diseño de autor que, bien aprovechado, puede alinearse con las posibilidades de éxito de la idea de negocio. Siendo esta uno de los segmentos más prometedores de la industria.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Análisis de ventas.
- Mejorar la atención al cliente.
- Fidelizar mediante promociones y beneficios.
- Mejorar comunicación.
- Desarrollar productos «gancho».
- Aumentar la publicidad y canales de venta (la apertura de un local), apertura de un e-commerce oficial y el aumento de ventas mediante plataformas como Mercado Libre, Boutique, etc.
- Participar en ferias, importantes como Puro Diseño Buenos Aires y Diseña Santa Fe; como también internacionales.
- Desarrollar un departamento comercial.

FINANCIAMIENTO UTILIZADO

El financiamiento de la marca hasta el día de la fecha fue a través de las ventas propias y un incentivo en 2012 de capital semilla ganado, categoría B, que fue invertido para la compra de textiles.

FINANCIAMIENTO REQUERIDO Y UTILIZACIÓN DEL CAPITAL

- **Financiamiento:** en base a los 2 primeros años, el financiamiento requerido sería de $1.141.860.-
- **Equipo de trabajo:** comunicación, marketing (incluye además diseño gráfico), producción, comercialización y administrativo y financiero.
- **Alquiler de espacio de trabajo, maquinaria industrial y mobiliario.**

SALIDA DE LA INVERSIÓN

Tiempo máximo de salida de la inversión: 2 años.

Instituciones que integran el Foro de Capital para la Innovación

Universidad Nacional del Litoral

La UNL es una institución de educación superior que asume su rol social como formadora de profesionales en una amplia variedad de carreras, productora de conocimiento y generadora de capital social y cultural. Cuenta con diez facultades, dos centros universitarios, una sede universitaria, 12 institutos de doble dependencia, tres escuelas de nivel medio y una escuela primaria y de nivel inicial, que son el ambiente propicio para la educación, la investigación científica y el desarrollo tecnológico y cultural. Su comunidad está conformada por 47.800 estudiantes, 3.000 docentes y 1.100 trabajadores no docentes y gestores, además de un promedio de 2.000 graduados por año.

A través de su política de vinculación y transferencia, se vincula con los sectores productivos y el Estado, creando entornos propicios para la innovación. Para ello, trabaja en interacción con empresas y organismos civiles y estatales, a través de la realización de servicios tecnológicos, el apoyo a la generación y crecimiento de emprendimientos, la inserción laboral y la generación de información económica.

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MinCTIP)

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva del Gobierno de la provincia de Santa Fe fue creado, en diciembre de 2015, con la misión de transformar el conocimiento en un factor clave de competitividad para el territorio. Para ello, se articula con el vasto entramado institucional, público y privado, que forman parte del sistema de innovación regional; y, de éste, con el sistema nacional.

Entre sus objetivos principales se destaca posicionar a la provincia como pilar de desarrollo de la nación y a su sistema científico-tecnológico como una matriz para el crecimiento sostenido de las empresas, los emprendimientos, las ciudades, los municipios y comunas de todo el territorio.

Bolsa de Comercio de Santa Fe

La Bolsa de Comercio de Santa Fe es una Asociación Civil sin fines de lucro, cuyo objetivo principal es la promoción y defensa del comercio, con la idea de que esta actividad ha sido, desde siempre, la motora de la civilización, de su desarrollo y crecimiento, origen de las ciudades y de las vías de comunicación, promotor del arte y de las ciencias, de los descubrimientos y los avances en la calidad de vida humana.

Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM (PTLC)

Es una Institución conformada por la Universidad Nacional del Litoral (UNL), el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, las municipalidades de Santa Fe y Paraná, la Confederación General Económica de la República Argentina y la Confederación General de la Industria de la República Argentina. Tiene como misión crear los espacios adecuados para que crezcan en su seno emprendimientos de base tecnológica, buscando la interacción en lo científico y tecnológico con los Institutos de Investigación y Desarrollo del CONICET - UNL y otros centros de I+D del país.

Brinda servicios de consultoría legal, técnica y contable-financiera; provee capacitación y facilita la interrelación entre los emprendedores radicados en el Parque Tecnológico y en Santa Fe.

El PTLC ofrece alternativas a los emprendedores en las áreas de pre-incubación, incubación, preradicación y radicación de empresas. Asimismo, como UVT, facilita la gestión y gerencia de unidades de negocio, identificando y formulando proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), realizando transferencia de tecnología y otorgando asistencia técnica a emprendedores, PyMEs y grandes empresas.

Incubadora de Empresas de Ámbito Regional (IDEAR)

Ubicada en el predio «El Molino» de la ciudad de Esperanza, Idear es una entidad pública que nace a partir de un convenio asociativo entre el Municipio Local y la Universidad Nacional del Litoral. Su objetivo primordial es formar personas emprendedoras con capacidades y competencias para transformar ideas en proyectos y, a estos, en empresas con posibilidad de innovar, generar e incorporar conocimiento, tecnología y actuar en forma estratégica, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de Esperanza y la región.

Idear, ecosistema de apoyo integral al emprendedor, ofrece un entorno favorable, sinérgico, colaborativo, de innovación; a partir del cual se brinda infraestructura adecuada, servicios de calidad, tutoreo personalizado, seguimiento para la confección de plan o modelo de negocios, capacitación permanente, asesoramiento profesional multidisciplinario, respaldo institucional, búsqueda, gestión y ejecución de líneas de financiamiento, entre otras.

También se destaca la extensa red con la que los emprendedores se pueden vincular con los sistemas científico-tecnológico, productivo (empresas), inversores y/o socios estratégicos; con el objetivo fundamental de que puedan desarrollar sus proyectos durante un tiempo inicial, período que sin dudas es el más crítico y de vulnerabilidad para todo emprendimiento, alcanzando luego mayores niveles de seguridad que permitan su sostenibilidad al momento del egreso.

Banco Credicoop Coop. Ltdo.

El Banco Credicoop Cooperativo Limitado es, desde su origen, una genuina organización cooperativa. Fue creado en 1979, por la fusión de 44 Cajas de Crédito Cooperativo, algunas con más de 60 años de trayectoria. Credicoop es una institución sin fines de lucro que, en base al principio solidario de ayuda mutua, tiene por objeto prestar servicios financieros a todos sus asociados.

Credicoop es dirigido por sus propios asociados, quienes eligen, bajo el principio de «un asociado, un voto», al Consejo de Administración. Además, cada asociado puede participar en la vida institucional del banco a través de las Comisiones de Asociados que funcionan en cada filial y que colaboran con el Consejo de Administración.

Hoy, con 255 sucursales y 22 centros de atención en todo el país, Credicoop es el primer banco privado de capital 100% nacional y el banco cooperativo más importante de América Latina.

Centro Científico Tecnológico. CONICET - Santa Fe (CCT)

El Centro Científico Tecnológico CONICET Santa Fe tiene como objetivo primordial asegurar un ámbito apropiado para la ejecución de investigaciones científicas, formación de recursos humanos altamente calificados, desarrollos tecnológicos y vinculación tecnológica en la región.

Depende administrativamente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, organismo descentralizado en jurisdicción del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación (MINCyT).

Está integrado por los siguientes Centros e Institutos:

CICYTTP | Centro de Investigaciones Científicas y Transferencia de Tecnología a la Producción (CONICET).
CIMEC | Centro de Investigación de Métodos Computacionales (UNL/CONICET).
IAL | Instituto de Agrobiotecnología del Litoral (UNL/CONICET).
ICIVET LITORAL | Instituto de Ciencias Veterinarias del Litoral (UNL/CONICET).
IFIS LITORAL | Instituto de Física del Litoral (UNL/CONICET).
IMAL | Instituto de Matemática Aplicada del Litoral (UNL/CONICET).
INALI | Instituto Nacional de Limnología (UNL/CONICET).
INCAPE | Instituto de Investigaciones en Catálisis y Petroquímica (UNL/CONICET).
INGAR | Instituto de Desarrollo y Diseño (UTN/CONICET).
INLAIN | Instituto de Lactología Industrial (UNL/CONICET).
INTEC | Instituto de Desarrollo Tecnológico para la Industria Química (UNL/CONICET).
ISAL | Instituto de Salud y Ambiente del Litoral.
SINC(I) | Instituto de investigación en Señales, Sistemas e Inteligencia Computacional.
IQAL | Instituto de Química Aplicada del Litoral (UNL/CONICET).
IHuCSo Litoral | Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales.

Cuenta además con una Unidad de Administración Territorial encargada de la administración de proyectos y recursos, y con una Oficina de Vinculación Tecnológica encargada de actuar como unidad de enlace entre las demandas de los distintos sectores de la sociedad y los equipos de investigadores, profesionales y centros de investigación capaces de responder a esos requerimientos.

Municipalidad de Santa Fe

La Municipalidad de Santa Fe, desde la Secretaría de la Producción, implementa acciones orientadas al fortalecimiento de la actividad productiva promoviendo el desarrollo de la industria, el comercio y el turismo local.

A través de estrategias de impulso a la actividad científica, tecnológica, industrial y comercial, apoya el emprendedorismo y la innovación buscando coordinar los esfuerzos de los sectores público, empresarial, científico-tecnológico y financiero que permitan crear las condiciones propicias para la generación de nuevas empresas y la promoción del empleo, con el objetivo de contribuir al desarrollo local sustentable.

Municipalidad de Santo Tomé

La Municipalidad de Santo Tomé promueve las actividades productivas desde la Secretaría de Hacienda y Administración, que tiene como finalidad planificar el desarrollo económico y social de Santo Tomé para los próximos años. Para ello promueve la generación de empleo, desde la cooperación y complementación empresaria, y el acompañamiento del Estado Municipal, poniendo a disposición su infraestructura y recursos humanos. Impulsa además estrategias competitivas para empresas locales, apoyando su desarrollo y generando en la ciudad –en trabajo articulado con otros actores de la región–, las condiciones para atraer inversiones y la progresiva adecuación de las condiciones estructurales del Área Industrial.

Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe

Es una institución pública dedicada a la educación superior, a la investigación científica y al desarrollo de la región en disciplinas tecnológicas.

Desarrolla una oferta académica de tecnicaturas, carreras de ingeniería y carreras de postgrado (especializaciones, maestría y doctorados) en diferentes áreas: civil, mecánica, eléctrica, industrial; sistemas de información.

Grupos y centros de investigación y desarrollo trabajan con el compromiso de promover y fortalecer las actividades de vinculación con el medio social en que se inserta, articuladas con las actividades de enseñanza, investigación, transferencia de tecnologías, servicios y gestión institucional.

A través del Área de Vinculación Tecnológica, interactúa con el medio facilitando que la facultad y sus capacidades científico-tecnológicas, de infraestructura y servicios, establezcan relaciones dinámicas con las empresas, las organizaciones intermedias y el Estado; todo ello con el fin de contribuir al desarrollo local y regional. Se trabaja en promover y gestionar la transferencia, los servicios, el emprendedorismo, la vinculación y la innovación.

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación (Mincyt)

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva establece políticas y coordina acciones orientadas a fortalecer la capacidad del país para dar respuesta a problemas sectoriales y sociales prioritarios, así como contribuir a incrementar la competitividad del sector productivo, sobre la base del desarrollo de un nuevo patrón de producción basado en bienes y servicios con mayor densidad tecnológica.

UNION INDUSTRIAL DE SANTA FE

Unión Industrial de Santa Fe (UISF)

Es una de las instituciones señeras de la actividad en todo el país, acredita una larga trayectoria en defensa de los legítimos intereses de la industria nacional y, en particular, de la industria del interior. Entre los principales objetivos se destacan fomentar la industria, propiciar y velar por los principios de la ética industrial y comercial, proteger su interés y los de sus asociados; propiciar todos los esfuerzos tendientes al aumento y mejoramiento de la actividad industrial.

En cumplimiento de los objetivos sociales, la UISF ejerce la representación del sector industrial en diversas instancias de colaboración público-privada que resultan relevantes para la actividad industrial. En la actualidad, la institución ejerce la vicepresidencia de la Agencia para el Desarrollo del Litoral, posee un cargo en el directorio del Ente Administrador del Puerto de Santa Fe e integra el Consejo Asesor del Aeropuerto Sauce Viejo. En lo estrictamente industrial, representantes de la institución integran la comisión de Radicación Industrial y la Comisión Evaluadora de Proyectos de Promoción de Productos Santafesinos, ambas originadas por la ordenanza 10314/98 de la ciudad de Santa Fe que creó el Área Industrial Santa Fe, también integran su CD, el Parque Tecnológico del Litoral Centro, el Parque Industrial de Sauce Viejo, y numerosas cámaras sectoriales, como la Avícola, la Metalúrgica, la de la Madera, la del Software, la de los Frigoríficos,entre otras.

En lo que refiere a la ciudad, la UISF ejerce la presidencia del Foro para el Desarrollo de Santa Fe y su Región y la de ADER, En el orden provincial, la UISF está adherida a la Federación Industrial de Santa Fe (F.I.S.F.E), y en el NACIONAL a la Unión Industrial Argentina, ocupando puestos relevantes en sus respectivas CD.

Participa y apoya al Foro, porque entre sus prioridades se encuentra el desarrollo de una nueva matriz productiva industrial, basada en el emprendedorismo, y la necesidad imperiosa de agregar valor agregado, basados en la aplicación de nueva tecnología, aprovechando el alto grado de capacitación de nuestras universidades e institutos, aportando nuestra vasta experiencia en la producción Industrial.

expresiva
Incubadora de emprendimientos culturales de Santa Fe

EXPRESIVA

Surge en el 2010 mediante un convenio marco firmado entre la Universidad Nacional del Litoral y la Municipalidad de la Ciudad de Santa Fe. El acuerdo trata de un Programa de Incubación de Emprendimientos Culturales, compuesto por una Incubadora de Emprendimientos Culturales denominada EXPRESIVA, y un conjunto de acciones que integrarían el programa y propenderían, en forma continua y constante, a fomentar y apoyar emprendimientos sustentables relacionados con la cultura.

Esta incubadora se propone apoyar el desarrollo de proyectos de base cultural, potencialmente rentables y/o sustentables, y el fortalecimiento de empresas existentes relacionadas con las distintas áreas de la economía cultural; brindar a los emprendedores el acceso a los recursos para que puedan desarrollarse; brindar herramientas apropiadas para adaptar las ideas creativas a la concreción de un proyecto sustentable.

Colegio de Graduados de Ciencias Económicas (CGCE)

Asociación Civil sin fines de lucro creada el 21 de Abril de 1918. La institución tiene como misión defender los derechos de los profesionales asociados en el ejercicio de la profesión; jerarquizando la misma en un marco ético y técnico, mediante la capacitación continua, las publicaciones e investigaciones técnicas profesionales y la creación de comisiones de trabajo en las diversas áreas de la profesión. Mantiene una participación activa en las facultades de ciencias económicas de la región y en el desarrollo económico y social de la provincia, región y el país.

Los objetivos son lograr el reconocimiento de la profesión y de los profesionales en Ciencias Económicas, mediante una actuación ética y profesional, demostrando su idoneidad y capacidad técnica en sus ámbitos de actuación y en toda la sociedad. Contando con el apoyo de una institución que sea referente en la comunidad y lo represente por su compromiso con la jerarquización de la profesión.

Universidad Católica de Santa Fe (UCSF)

La Universidad Católica de Santa Fe es una comunidad consagrada a la investigación, a la formación de los estudiantes y al servicio de la sociedad en la que está inserta.

Por su vocación, procura compartir el gozo de buscar la verdad, de descubrirla y de comunicarla en todos los campos del conocimiento, con la convicción de que la Fe y la Razón son dos caminos que buscan el mismo verdadero fin.

La UCSF prepara ciudadanos con espíritu libre y responsable a la luz del Evangelio y formamos el pensamiento crítico de nuestros alumnos, conscientes del rol social que les toca desempeñar.

Por ser Católica, el conocimiento es orientado por una visión cristiana del hombre, del mundo y de la vida; y dentro de esa visión se integran los diferentes saberes profesionales sin perder la autonomía que les es propia.

Ofrece más de 40 carreras de grado y postgrado y cuenta con sedes en Santa Fe, Rafaela, Reconquista, Rosario, Posadas y Gualeguaychú.

Extiende sus lazos con la comunidad impulsando acciones efectivas, estratégicas y articuladas para dar respuesta a los problemas más importantes de nuestra sociedad. En este mismo sentido, mediante prácticas durante la vida universitaria, se establecen vínculos con empresas e instituciones, integrando progresivamente a los estudiantes al mundo laboral.

Las propuestas de la UCSF responden a los requerimientos del mercado, procurando un alto grado de empleabilidad, en línea con la constante búsqueda de la excelencia académica, reflejada en un modelo académico de vanguardia con un destacado cuerpo docente.

Ministerio de Producción de la Nación

El Ministerio de Producción de la Nación tiene como misión crear más y mejores empleos, promover una inserción internacional inteligente de la economía argentina, defender la competencia y la calidad institucional, y federalizar la producción.

Para lograrlo, trabaja fuertemente en mejorar la competitividad del sector industrial a través de iniciativas destinadas a fortalecer las cadenas de valor y desarrollar proveedores nacionales, favorecer la creación de empleo privado de calidad, fortalecer y generar nuevas micro, pequeñas y medianas empresas fomentando su innovación y productividad, y estimular el emprendedorismo. Todo esto mediante la implementación de políticas públicas específicas para cada uno de los actores productivos.

NOTAS

NOTAS

COMISIÓN ORGANIZADORA EDICIÓN 2016

- Darío Leguizamón. *Banco Credicoop Ltdo.*
- José Loretan. *Banco Credicoop Ltdo.*
- Olegario Tejedor. *Bolsa de Comercio de Santa Fe*
- Lucía Brambilla. *Centro Científico Tecnológico. CONICET- Santa Fe*
- Germán Gatti. *Centro Científico Tecnológico. CONICET- Santa Fe*
- Lucas Bruera. *Incubadora de Empresas de Ámbito Regional*
- Mauricio Caussi. *Incubadora de Empresas de Ámbito Regional*
- Agustín Campero. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación*
- Martin Guinart. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación*
- María Sol Collados. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación*
- Julio Tealdo. *Municipalidad de Santa Fe*
- María Soledad Álvarez. *Municipalidad de Santa Fe*
- Juan Pablo Quiroga. *Municipalidad de Santa Fe*
- Melina Delfino. *Municipalidad de Santa Fe*
- Diego Quiroga. *Municipalidad de Santo Tomé*
- Enrique Mammarella. *Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM*
- Amadeo Cellino. *Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM*
- Liza Peretti. *Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM*
- Ruben Malizia. *Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM*
- Eduardo Matozo. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- María Cecilia Risso. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- Brenda Rojas. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- María Emilia Carrieres. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- Lucila Lazzaroni. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- María Elena Castro. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- José Velazquez. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- Sebastián Taborda. *Unión Industrial de Santa Fe*
- Laura Zanitti. *Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe*
- Luciano Scardanzan. *Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe*
- Julio Yodice. *Colegio de Graduados de Ciencias Económicas*
- Sergio Guerim. *Colegio de Graduados de Ciencias Económicas*
- Alfredo Trionfini. *Colegio de Graduados de Ciencias Económicas*
- Diana Pizzi. *Colegio de Graduados de Ciencias Económicas*
- Ricardo Mario Rocchetti. *Universidad Católica de Santa Fe*
- María Graciela Mancini. *Universidad Católica de Santa Fe*
- Gonzalo Savogin. *Universidad Católica de Santa Fe*
- Esteban Campero. *Ministerio de la Producción de la Nación*
- María Fernanda Andrés. *Ministerio de la Producción de la Nación*
- Sebastián Curet. *Ministerio de la Producción de la Nación*
- Patricia Pieragostini. *Expresiva, Incubadora de Emprendimientos Culturales de Santa Fe*
- Diego Magnin. *Expresiva, Incubadora de Emprendimientos Culturales de Santa Fe*
- Daniel Scachi. *Universidad Nacional del Litoral*
- Julio Talin. *Universidad Nacional del Litoral*
- María Florencia Burgi. *Universidad Nacional del Litoral*
- Luciana Totterau. *Universidad Nacional del Litoral*
- María Eugenia Giovino. *Universidad Nacional del Litoral*
- Romina Damico. *Universidad Nacional del Litoral*
- Soledad Lopez Cuesta. *Universidad Nacional del Litoral*
- Simón González. *Universidad Nacional del Litoral*
- Marianela Morzán. *Universidad Nacional del Litoral*
- Natalia Palacio. *Universidad Nacional del Litoral*
- Jesica Damiani. *Universidad Nacional del Litoral*
- María Cecilia Iommi. *Universidad Nacional del Litoral*
- Antonella Scaglione. *Universidad Nacional del Litoral*
- María Paula Baiano. *Universidad Nacional del Litoral*

EVALUADORES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE EMPRESAS

- María Cecilia Risso. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- Brenda Rojas. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Provincia de Santa Fe*
- Juan Pablo Quiroga. *Municipalidad de Santa Fe*
- María Sol Collados. *Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación*
- Laura Zanitti. *Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe*
- Luciano Scardanzan. *Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe*
- Vanesa Bangert. *Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Santa Fe*
- Patricia Pieragostini. *Expresiva, Incubadora de Emprendimientos Culturales de Santa Fe*
- Liza Peretti. *Parque Tecnológico del Litoral Centro SAPEM*
- Nestor Dario Mejias. *Colegio de Graduados de Ciencias Económicas*
- Gonzalo Savogin. *Universidad Católica de Santa Fe*
- Luciana Totterau. *Universidad Nacional del Litoral*
- María Eugenia Giovino. *Universidad Nacional del Litoral*
- Simón González. *Universidad Nacional del Litoral*

ORGANIZAN

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva
Presidencia de la Nación

ptlc
Parque Tecnológico del Litoral Centro S.A.P.E.M.

CONICET
CCT - SANTA FE

idea
incubadora de empresas de ámbito regional

Ministerio de Producción
Presidencia de la Nación

expresiva
Incubadora de emprendimientos culturales de Santa Fe

UNL
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

SANTA FE CIUDAD
SFC

MUNICIPALIDAD DE SANTO TOMÉ

SANTA FE

UTN SANTA FE

BANCO CREDICOOP
COOPERATIVO LIMITADO
La Banca Solidaria

EMPRENDEDOR XXI

UNION INDUSTRIAL DE SANTA FE

BOLSA DE COMERCIO DE SANTA FE

COLEGIO DE GRADUADOS EN CIENCIAS ECONÓMICAS SANTA FE

UCSF | Universidad Católica de Santa Fe