



HOMO FOODS

LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS
COMO MEDIO PARA PROPORCIONAR
BIENESTAR A LAS PERSONAS



EBT CONICET



SPIN OFF UNL

EL DOLOR A SOLUCIONAR

LOS **MALOS** HÁBITOS
ALIMENTICIOS
ARRAIGADOS FUERTEMENTE
EN NUESTRAS **COSTUMBRES**
PUEDEN OCASIONAR
GRAVES PROBLEMAS
EN NUESTRA **SALUD**

OBESIDAD

DIABETES

**CIERTOS TIPOS
DE CÁNCER**

**ENFERMEDADES
CARDIOVASCULARES**



ES MUY GRAVE



**SEGÚN LA
OMS**

**UNO DE CADA 5
FALLECIMIENTOS EN
EL MUNDO SE
DEBE A UNA MALA
ALIMENTACIÓN**

**SON 11 MILLONES
DE MUERTES POR
AÑO, MÁS
MUERTES QUE LO
QUE PRODUCE
EL TABACO**

**NUESTRA 1ER
SOLUCIÓN**



ANÁLOGO PLANT-BASED DE QUESO CREMOSO

**HOMO
FOODS**

DIFERENTE

SALUDABLE



DERRITE



RICO



FUNCIONAL



POR QUÉ AHORA?

LOS GOBIERNOS PROMUEVEN ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Se reglamentó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable

La reglamentación es resultado del trabajo articulado entre los ministerios nacionales de Desarrollo Productivo, de Educación, de Desarrollo Social, de Agricultura Ganadería y Pesca, junto a OPS, UNICEF y organizaciones no gubernamentales.

Compartir en redes sociales



Publicado el miércoles 23 de marzo de 2022

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-reglamento-la-ley-de-promocion-de-la-alimentacion-saludable>

LA ONU INSTA A ADOPTAR UNA DIETA PLANT-BASED

NOTICIAS | 08 agosto 2019 | Corrección 08 Agosto 2019 | Actualización 08 Agosto 2019 | Corrección 12 agosto 2019

Coma menos carne: el informe sobre el cambio climático de la ONU pide un cambio en la dieta humana

El informe sobre el uso global de la tierra y la agricultura se produce en medio de la aceleración de la deforestación en la Amazonía.

<https://www.nature.com/articles/d41586-019-02409-7>



EL MERCADO PLANT-BASED NO ES SALUDABLE

World Health Organization Health topics ▾ Our work ▾ Newsroom ▾ Data ▾ Emergen

New WHO factsheet: how can we tell if plant-based products are healthy?

22 December 2021 | News release | Reading time: 2 min (654 words)
Whether for health reasons or concerns about the environment, eating less or no meat is

<https://www.who.int/europe/news/item/22-12-2021-new-who-factsheet-how-can-we-tell-if-plant-based-products-are-healthy>

LAS CARNES PROCESADAS CAUSAN CÁNCER

Ciencia / Materia

ASTROFISICA - MEDIO AMBIENTE - INVESTIGACIÓN MÉDICA - MATEMÁTICAS - PALEONTOLOGÍA - U

CÁNCER >

La OMS declara cancerígena la carne procesada

Salchichas, hamburguesas y otros productos cárnicos procesados son "carcinógenos para humanos", dice la agencia sanitaria. La carne roja es "probablemente carcinógena".

https://elpais.com/elpais/2015/10/26/ciencia/1445860172_826634.html

LA PROPUESTA DE VALOR



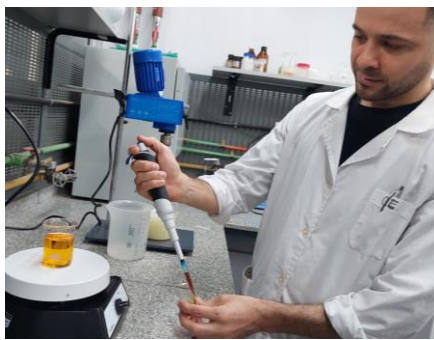
TODOS NUESTROS DESARROLOS SIGUEN 4 DIRECTRICES EN EL I+D



1 | Lograr análogos de gran sabor, textura, olor y color con ingredientes vegetales (sin colorantes o saborizantes artificiales).



3 | Evitar el rotulado frontal en todos los desarrollos (evitar el uso o exceso de sodio, azúcar y grasas saturadas).



2 | Desarrollar tecnologías que nos permitan tener compuesto activos en nuestros desarrollos (omega 3, probióticos, prebióticos, etc.)



4 | Hacer que el análogo sea nutricionalmente completo. Que sean fuente de proteína vegetal, minerales y vitaminas.

**NUESTRO
MVP**



ANÁLOGO PLANT-BASED DE QUESO CREMOSO

Características saludables logradas

- ✓ Alto contenido omega 9
- ✓ Bajo en grasas saturadas

- ✓ Libre de lactosa
- ✓ Libre de colesterol
- ✓ Sin alérgenos

Gran sabor
Misma textura cremosa y derretimiento

90% MENOS
de grasas saturadas
respecto al queso
de origen animal

70% MENOS
de grasas saturadas
respecto a otros
análogos de queso
plant-based

I+D Versión 2.0

- ✓ Con vitamina B12
- ✓ Fortificación con Calcio, hierro, zinc y omega 3
- ✓ Fortificación con proteínas
- ✓ Reducción de sodio
- ✓ Incorporación de fermentos y probióticos
- ✓ Incorporación de fibras vegetales

NIVEL DE MADUREZ TECNOLÓGICA (TRL 4) - TECNOLOGÍA VALIDADA EN LABORATORIO

VENTAJA COMPETITIVA



CONCLUSIÓN

Las empresas plant-based investigadas no se centran en aporte funcional y evitar nutrientes críticos

El motivo es que es mucho más fácil lograr el análogo.

DIFERENTE

CARACTERÍSTICA SALUDABLE	HOMO FOODS	QUESO LÁCTEO	MARCA DE REFERENCIA ARGENTINA	MARCA DE REFERENCIA INTERNACIONAL
BAJO EN GRASAS SALUDABLES	✓	×	×	×
SIN COLESTEROL	✓	×	✓	✓
SIN LACTOSA	✓	×	✓	✓
VITAMINA B12	✓	* ✓	×	✓
LIBRE DE ALÉGENOS	✓	×	×	✓
OMEGA 3	2023	×	×	×
BAJO EN SODIO	2023	×	×	×
CALCIO	2023	✓	×	×
HIERRO	2023	×	×	×
ZINC	2023	×	×	×
PROTEÍNA	2024	✓	×	×
FIBRAS VEGETALES	2025	×	×	×
PROBIÓTICOS	2025	✓	×	×

* Aporta pequeñas cantidades

¿POR QUÉ NOS ELIGEN?



CAMBIO DE ALIMENTACIÓN

IMPULSORES



ÉTICA

Bienestar Animal



SOSTENIBILIDAD

Bienestar del planeta



SALUD

Bienestar de las personas

PROTEINAS ALTERNATIVAS CUIDAN EL PLANETA

- ✓ Menos tierra destinada a la producción de alimentos
- ✓ Menos de emisión de gases de efecto invernadero
- ✓ Disminución en la contaminación del suelo debido a la acidificación
- ✓ Reducción en la contaminación del agua debido a eutrofización

ALIMENTOS ANÁLOGOS PLANT-BASED

Las Marcas plant-based hacen análogos enfocados en Ética y Sustentabilidad, pero..

DESCUIDAN ASPECTO SALUDABLE

No tienen interés en ser fuente de vitaminas, minerales, fibra, proteína y compuestos activos.

CONSUMIDOR

EMPRESAS

SEGMENTO DE CLIENTES



MILLENIALS Y CENTENIALS

Edad: 18 a 45 años.
86% de las compras

Los análogos lácteos tienen tracción adicional por los intolerantes a la lactosa.

(80%)

FLEXITARIANOS
VEGETARIANOS
VEGANOS
TOTAL

30%
7%
3%
40%

N.S.E. MEDIO-ALTO
(CLASE AB)

Mayormente mujeres (80%)

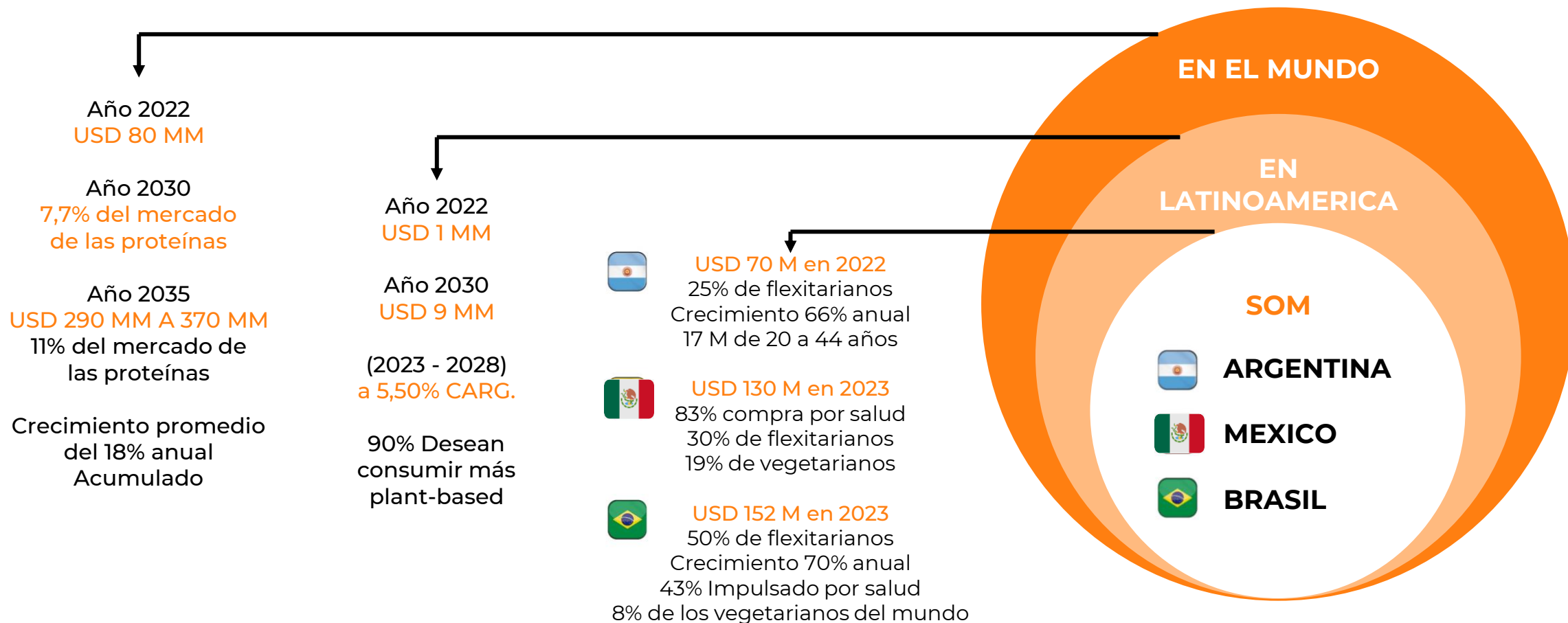
1,9 M en Argentina*
12 M en Sudamérica
216 M en el Mundo

* Se consideraron deciles del 5 al 10

MERCADO GLOBAL



ALIMENTOS PLANT-BASED

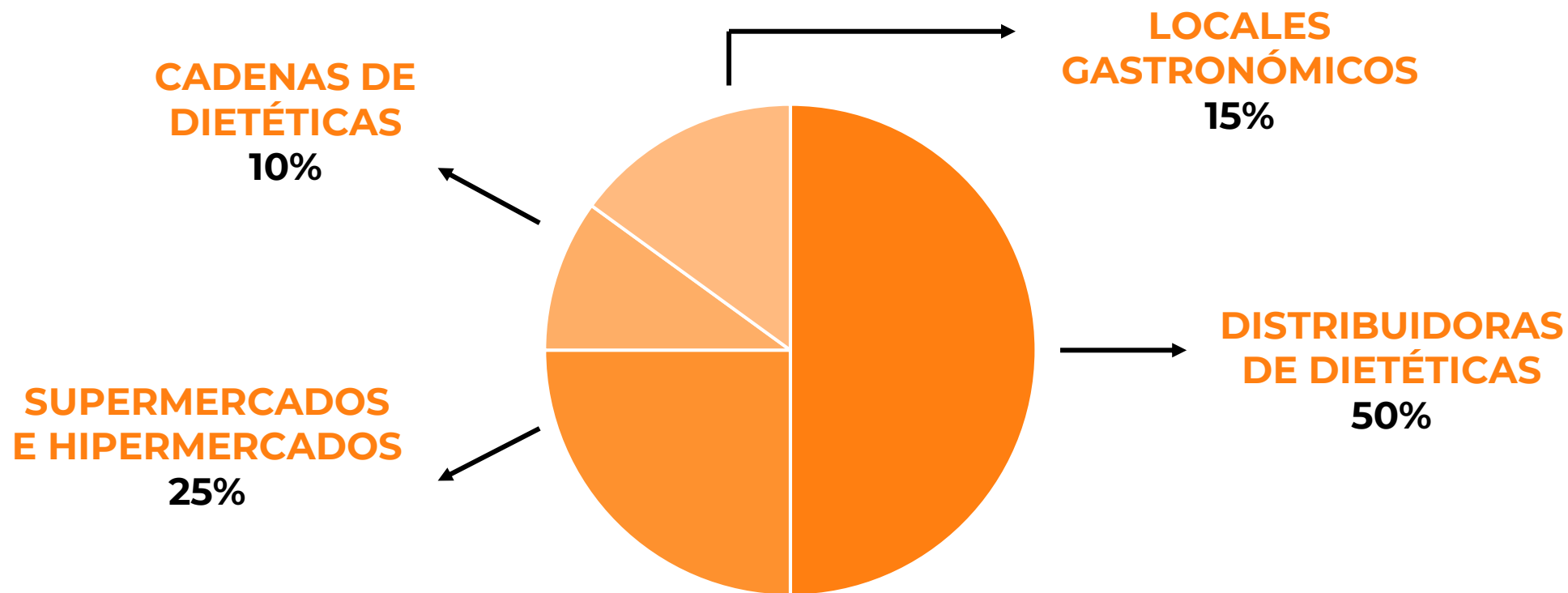


MODELO DE NEGOCIOS



VALIDACIÓN

B2B2C - USD 27,50 x Kg



MODELO DE NEGOCIOS



**CONSOLIDACION
B2B**



**LICENCIANDO
TECNOLOGÍAS**

¿Qué tipo de tecnología?

Mejora en sabor,
aroma y textura

Para incorporación de
compuestos activos

Para mejorar
perfil nutricional

Que evitan
rotulado frontal

¿A quién?

Empresas de
bebidas en general

Empresas de
alimentos en general

Alimentos para
Mascotas

Empresas
Plant-Based



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS PLANT-BASED

HELADOS

- ✓ Sin Azúcar
- ✓ Bajos en grasas saturadas
- ✓ Fuente de proteína, calcio, hierro zinc.
- ✓ Omega 3 microencapsulado

QUESOS FERMENTADOS

- ✓ Bajo en grasas saturadas y sodio.
- ✓ Fuente de proteínas, calcio, hierro y zinc.
- ✓ Omega 3 microencapsulado

HUEVOS

- ✓ Fuente de proteína, calcio, hierro y zinc
- ✓ Tipo huevo hervido en formato líquido, polvo y gel

CÁRNICOS

- ✓ Fuente de proteínas, calcio, hierro y zinc.
- ✓ Bajo en sodio

HOJA DE RUTA EN I+D



POSICIONAMIENTO

NUEVOS NEGOCIOS

AÑO 1

AÑO 2

AÑO 3

AÑO 4

AÑO 5

Cremoso
Cheddar
Mozzarella

Mayonesa
Queso
Untable
Helados

Salchichas
Hamburguesas
Nuggets

Quesos
Fermentados
Yogures

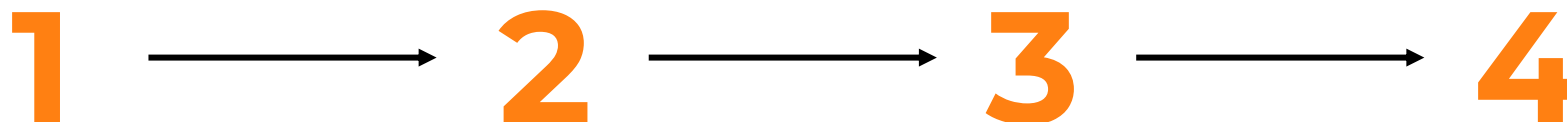
Huevo
Dulce de leche
Pan de molde

**COMO
OPERAMOS**

A FASON



**PARA UN ESCALADO MÁS RÁPIDO Y MEJOR EXPLOTACIÓN DE LAS
FORTALEZAS DE HOMO FOODS (I + D Y COMERCIALIZACIÓN)**



Planta de
mezclado de
ingredientes

(Por secreto
industrial)

Logística
tercerizada
desde planta
de mezclado a
planta de
producción

Producción
tercerizada en
plantas con
capacidad
instalada ociosa

Logística
tercerizada de
planta de
producción a
distribuidor

EQUIPO FUNDADOR

**OSVALDO
SPONTON**

CTO

DR. EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
DE ALIMENTOS



- ✓ Especialidad:
Micro y nanoencapsulación aplicada a alimentos.
- ✓ Desarrollo de alimentos plant-based.

INVESTIGADOR CONICET



**LEONARDO
CRISTALDO**

CEO

EJECUTIVO DE NEGOCIOS
CORPORATIVOS



- ✓ 13 años de experiencia en acuerdos y relaciones comerciales de tecnologías 4.0 con clientes B2B en multinacionales como Telefónica – Wayra y Grupo Generali.
- ✓ Orador TED.
- ✓ 2do puesto Naves Nacional IAE 2021 (entre 2.000 proyectos startups).



EQUIPO COLABORADOR



MARCELO GRABOIS
Inteligencia
Estratégica + PI



JULIA VARELA
Branding



ADRIÁN PEREZ
Investigador
Encapsulación



BRENDA ROJAS
Mentora Negocios



**EVANGELINA
CAPPA**
Becaria



FACUNDO CUFFIA
Investigador
Análisis Sensorial



JULIA MAYER
Calidad

ADVISOR Y ALIANZAS



**GABRIEL
D'EBOLI**

PRESIDENT OF IDEX.LA



Como Business Angel, advisor y mentor, formador de Mentores y Business Angels, agrega valor al ecosistema emprendedor desde el año 2006, promoviendo el crecimiento empresarial, el desarrollo regional y dado que conoce el mundo de las StartUps regionales con proyección internacional, contribuye activamente con el desarrollo de la incorporación de innovación abierta en grupos empresariales de Latinoamérica.



PTLC
PARQUE TECNOLÓGICO
DEL LITORAL CENTRO

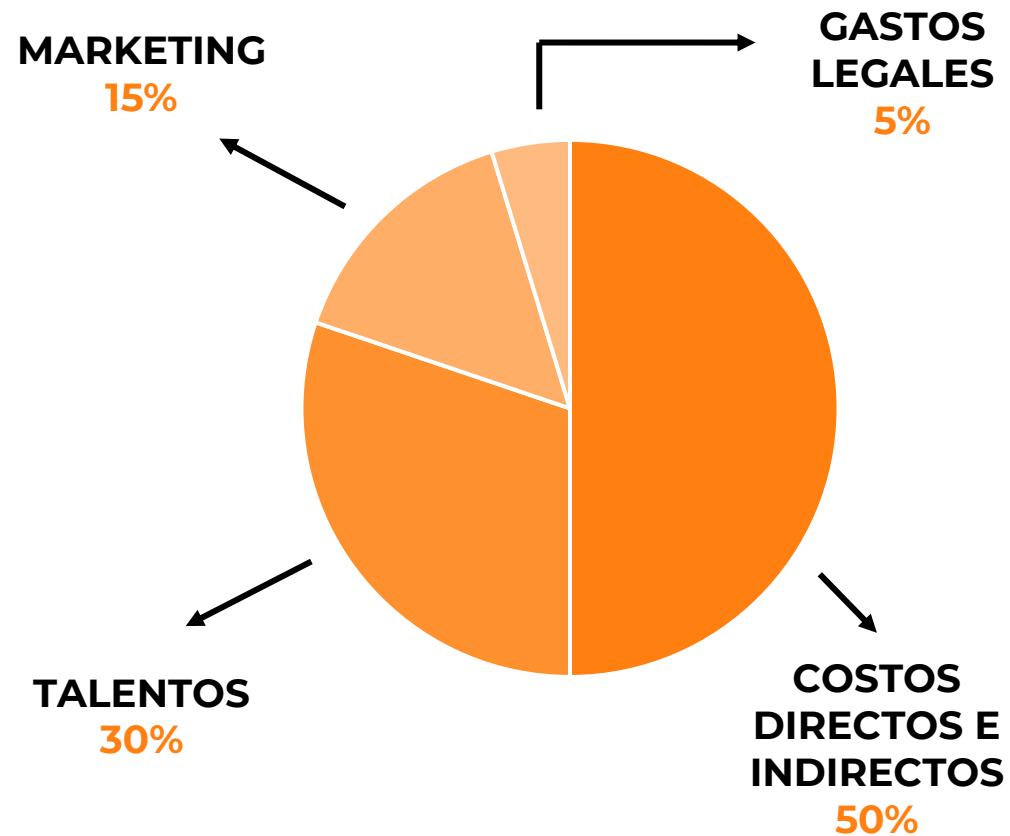


SOLICITUD DE INVERSIÓN PRE SEED



VALUACIÓN PREVIO A LA INVERSIÓN: **USD 1,2 M**

- En búsqueda de fondos para ampliar I+D y validación en Argentina (**Producción a fasón**)
- TIEMPO DE USO: **18 meses**
- INSTRUMENTO DE INVERSIÓN: **Acuerdo simple para equidad futura (SAFE)**
- REQUERIMIENTO: **USD 250K x 20% de Equity**
- ROI **500% anual en año 1**



NUESTRO COMPROMISO



✓ Crear tecnologías que mejoran drásticamente sabor, aroma y textura.
(Inclusión de biotecnología)



Lograr la masividad en adopción de compra. (aumento del segmento de flexitarianos)

✓ Desarrollar tecnologías que mejoran el perfil nutricional.



Lograr la nutrición democratizada con alimentos densos en nutrientes.

✓ Incorporar compuestos bioactivos mediante micro y nano encapsulación.



Lograr alimentos plant-based con potencial médico para disminuir la incidencia de enfermedades crónicas no transmisibles.

GRACIAS!



**HOMO FOODS BROTA PARA
LOGRAR EL BIENESTAR DE LAS
PERSONAS**



HITOS DEL PROYECTO HF



Pre-incubación, incubación y actualmente en pre-aceleración.

CONICET



Reconocimiento Empresa de base Tecnológica EBT CONICET.



Capital Semilla UNL 018-01-2022: “Alimento plant-based análogo de queso”
Transferencia de Know how – Matriz base



I T A

Convenio de incubación SPIN OFF UNL



PICT-2021-CAT-I-00188: “Desarrollo de alimentos plant-based y funcionales análogos de quesos”.
PICT-2021-I-A-00995: “Helados plant-based funcionales”.

MAS HITOS



ESCALADO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



IDENTIDAD DE LA MARCA

GRIEGO

HOMO es un prefijo que significa "igual"
(ej: **h**omogéneo, **h**omosexual, etc)

LATÍN

HOMO refiere al género humano:
Homo sapiens

HOMO FOODS se propone desarrollar
alimentos **iguales** a los de origen animal
utilizando ingredientes **vegetales**,
centrándose en el aspecto **saludable**.
El foco es el **bienestar de los humanos**.

HOMO FOODS

ALIMENTOS IGUALES
PERO **DIFERENTES...**

DIFERENTE

ODS DE LA ONU



HOMO FOODS CUMPLE CON 3 ODS DE LA ONU



OBJETIVO 2

Meta 2.1

Conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición.

Meta 2.4

Asegurar la sostenibilidad de sistemas de producción de alimentos.



OBJETIVO 3

Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades.



OBJETIVO 12

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles



PROYECCIÓN DE VENTAS



MVP EN B2B2C - AÑO 1 AL 5

AÑO 2

4.150 kilos por mes



Ticket
USD 27,50



AÑO 2

USD 1.2 M
Fact. Anual



AÑO 2

0,20% del
segmento



AÑO 5

TIR 579%

Crecimiento de las ventas en AÑO 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1
Unidades vendidas	800	960	1152	1382	1658	1989	2387	2865	3438	4125	4950	5445	31151
Precio unitario promedio	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	\$28	
Ingresos	\$22000	\$26400	\$31680	\$38005	\$45595	\$54698	\$65643	\$78788	\$94545	\$113438	\$136125	\$149738	\$856653
Ingresos Brutos	\$660	\$792	\$950,4	\$1140,15	\$1367,85	\$1640,925	\$1969,275	\$2363,625	\$2836,35	\$3403,125	\$4083,75	\$4492,125	\$25699,58
Costo variable unitario	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	\$4	
Total costo variable	\$3460	\$4152	\$4982	\$5977	\$7171	\$8602	\$10324	\$12391	\$14869	\$17841	\$21409	\$23550	\$134728