

ElReferente

STARTUP CONGRESS GALICIA

LACONNETWORK

SINCE 2010

INVESTOR BOOK

WWW.STARTUPCONGRESSGALICIA.COM

#SCG23 #LCN23 #LACONXII #LACONNETWORK

SUEÑA EN GRANDE Y ATRÉVETE A FRACASAR!

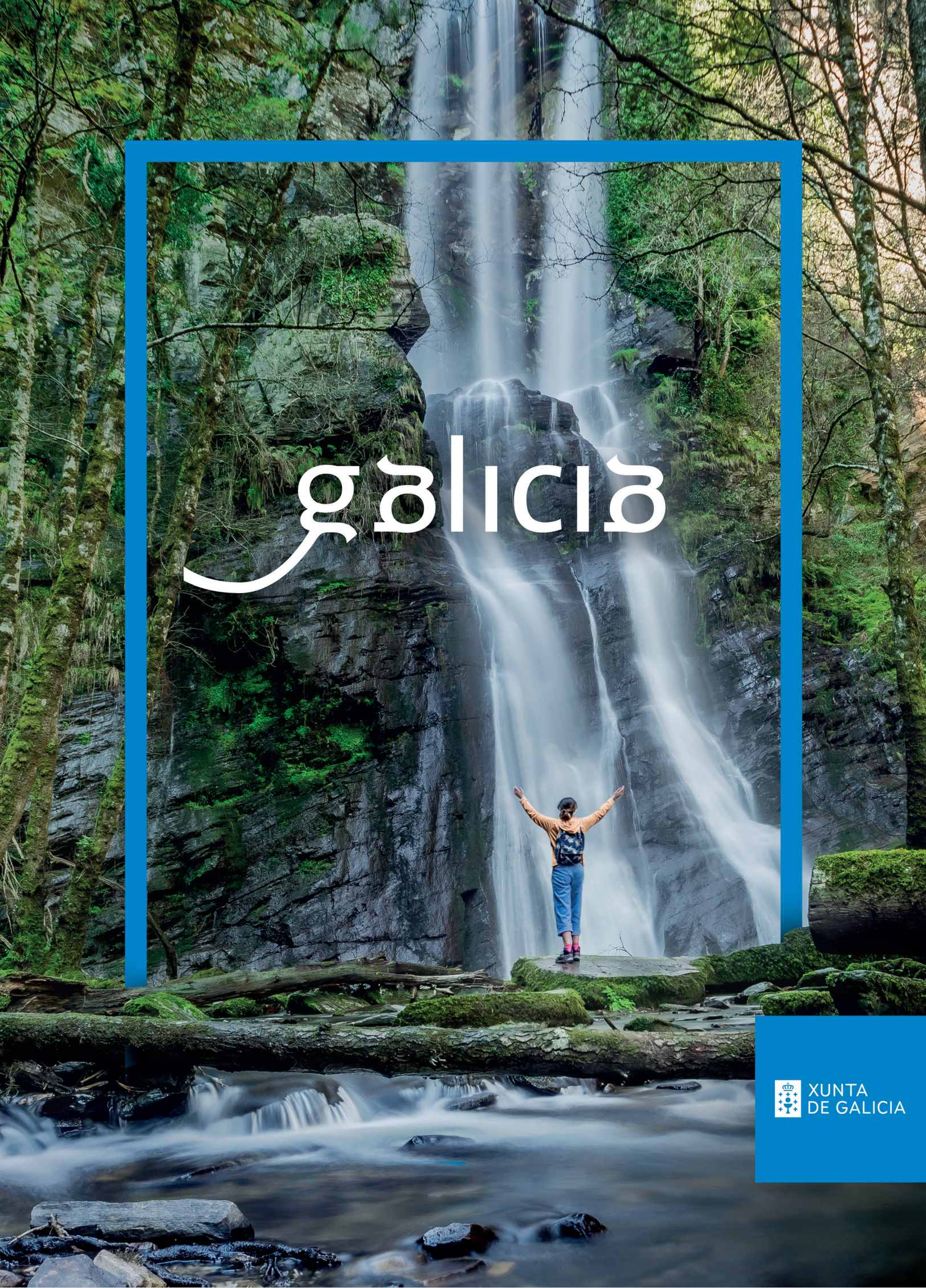
STARTUP CONGRESS GALICIA

LACONNETWORK

SINCE 2010

WWW.STARTUPCONGRESSGALICIA.COM

#SCG23 #LCN23 #LACONXII #LACONNETWORK


galicia
XUNTA
DE GALICIA

“GSC 23: Cerrando el **CÍRCULO**, el valor de generar ecosistema de emprendimiento e inversión.”



Lalo García Torres.
Fundador Galicia Startup Congress @lalog

Cuántas veces escuchamos la importancia de generar ecosistemas como campo de juego de la innovacion abierta, y eso es precisamente lo que llevamos haciendo desde el 2010 y hasta esta duodécima edición en el 2023, un evento de emprendedores para emprendedores, y que ha ido evolucionando incorporando nuevos formatos, desde el networking inicial, a ir incorporando el congreso como inspiración que permitiese poner en valor los casos de éxito/aprendizaje, la formación para que los propios emprendedores transmitiesen vía workshops el conocimiento a los futuros emprendedores, el foro de inversión donde acercar a las Startups gallegas a los principales fondos de inversión, y como última incorporación el foro de innovación, donde las corporaciones puedan transmitir cuales son los retos o Challenges del futuro, tendencias en tecnologías, modelos de negocio...

Como evento decano del ecosistema de innovación y emprendimiento hemos tenido la suerte de ver nacer y colaborar en otros eventos, recuerdo el primer 4YFN con Pommerening, un ágora de palets y una zona de networking, el primer South Summit con Maria Benjumea aquel primer evento en el paseo de la castellana un único auditorio y un puñado de food tracks, el primer Alhambra Ventures con Pablo Madina, B-ventures, Startup Olé, Digital Summit .... y por último el año Al-andalus Ventures. Todos ellos son parte fundamental del éxito de los ecosistemas de emprendimiento en Barcelona, Madrid, Valencia, Andalucía.. y ese mismo papel es el que queremos que juegue Galicia Startup Congress en el ecosistema del noroeste peninsular.

En todos ellos hay participación destacada de embajadores del ecosistema gallego, Adrian Garcia Aranyos, Telmo Perez, Aquilino Peña, Carlos Blanco, Rubén Ferreiro, Jose Iglesias, Javier Cebrian, Javier Santiso, Luis del Pozo, y otros muchos que a través de su liderazgo ponen en valor la marca Galicia en emprendimiento e innovación.

Estamos viendo como corporaciones gallegas como ABANCA, KALEIDO, RC CELTA, ZELNOVA ZELTIA, ZENDAL, ROBERTO VERINO, FINSA, y otras muchas más están desarrollando sus programas de innovación abierta como herramienta para el cambio de Mindset, y la transformación no solo de sus negocios sino de sus industrias, y por eso en esta edición de 2023 el título del congreso es “ Cerrando el circulo del emprendimiento” y que en 2030 podamos ver cómo este ecosistema de emprendedores, startups, corporaciones, inversores han liderado la transformación de nuestra industria.

Y esto será posible gracias al propio ecosistema, que ha asumido el Galicia Startup Congress como lo que es, “su evento”, el evento del ecosistema, y al gran apoyo de las administraciones que han sabido leer el papel de este evento, del emprendimiento y la innovación en la economía.

Esperamos ser buenos anfitriones, nos vemos en 2030, y nada mejor que Galicia para disfrutar del camino.

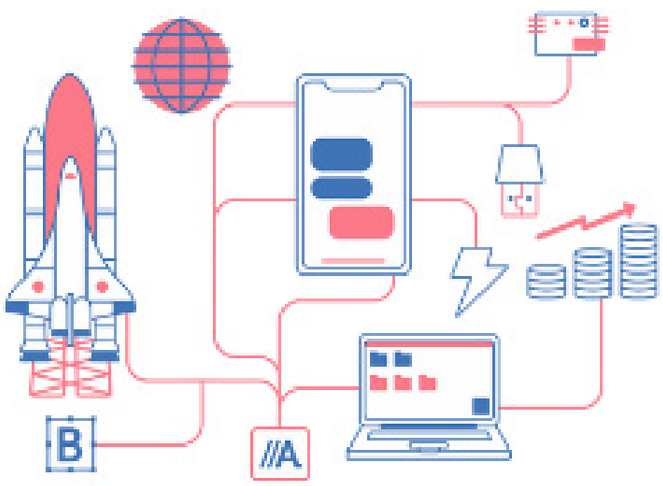
Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
Spain Up Nation
Gobierno de España · Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
enisa
Gobierno de España · Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
ICEX

España, emprendiendo el futuro que queremos

Spain Up Nation, una marca común para las iniciativas públicas dirigidas a fomentar y fortalecer el emprendimiento innovador en España.

enisa.es | icex.es

//ABANCA innova



QUEREMOS TRABAJAR CONTIGO

¿Eres una startup Fintech, Insurtech o RegTech? En el programa de aceleración de ABANCA innova podrás recibir la mejor formación y conseguir desarrollar tu equipo de la mano de ABANCA.

PROGRAMA OFICIAL

20 ABRIL

SALA #ZONAFRANCAVIGO

10.00h KAUDALMecenazdo tecnológico.
Una vía innovadora para Startups y PYMES

10.30h APDTIC - Canal de denuncias. Oportunidades y retos en la nueva ley de Protección al Informante

11.00h Grant Thornton - Ley de Startups, Regulación y cambios normativos en materia mercantil y fiscal

11.30h ISERN - Diseño de una estrategia integral de propiedad industrial en una Startup

12.00h FundinBOX - Financiación sin equity para acelerar tu negocio: una oportunidad de 90M€ de fondos

12.30h PROX - FINANCIACIÓN PÚBLICA PARA STARTUPS Y EMPRENDEDORES 13.00h APTKI - Financiación Pública Nacional

13.30h Inversión privada early-stage en startups - valoraciones, análisis y vuelta de tuerca

14.00h Intelectium: estrutura de capital en startups

16.00h Minimum - ¿Se puede generar negocio si saber programar?

16.30h Taller Agile – Como escalar una startup sin entrar en el caos

17.00h Tales Venture - Como levantar una ronda de inversión.

17.30h Startup Galicia - AMA - Ask me anything. Tipo entrevista, a una persona que pueda contar

SALA #XUNTA

09.45h Inauguración - Apertura Institucional

10.00h Mesa: El futuro de los pagos

10.45h Mesa: El futuro de los seguros

11.30h Mesa: Fraude y ciberseguridad

12.15h Mesa - El futuro de la movilidad
13.00h Keynote - El vehículo conectado

13.45h Mesa: El Futuro de la alimentación

16.00h Mesa - El futuro de la salud
16.45h Mesa - El futuro del Turismo

17.30h Mesa - El futuro del deporte

18.15h Mesa - El futuro del Retail

19.00h Mesa - Sostenibilidad e infraestructuras

SALA #SPAIN UP NATION (SUN)

10.00h Side event - Corporate Lab – El Caso Surippa
11:30h Side event - Cluster ecommerce. Made in Galicia, casos de éxito del ecommerce

12.30h Side event - Woman in Tech. Sesión entre nosotras

16.00h Mesa - Mesa I Inversores. El proceso de valoración de startups

16.30h Pitches - Vertical Bio

17.00h Pitches – Vertical X-Tech

17.30h Mesa - Mesa II Inversores Visión de la inversión en Startups en España

18.00h Pitches - Viagalicia + Viaexterior + Viatextil

21 ABRIL

SALA #ZONAFRANCAVIGO

18.30h Astragalo Studio - Tu marca habla: storytelling para destacar en el mercado

19.00h Click AGE - Optimiza tus procesos y toma las correctas decisiones con el Data Driven Marketing

19.30h Esterea – Como poner en marcha una estrategia Inbound

10.00h ENISA - Financiando el futuro que queremos.

10.30h ICEX – Te ayuda para salir al exterior

11.00h UIE – Universidad Intercontinental de la empresa

11.30h USC - Invertir en ciencia y en conocimiento universitario, con perspectiva de género, es rentable

12.15h INCIBE – Incibe emprende: invitación pública de emprendimiento

12.30h Cesuga – De la idea a la oportunidad

13.00h UVIGO – Prende, aprende y emprende en la Universidad

13.30 Gradiant - Inteligencia Artificial v Ciberseguridad: Un futuro compartido

SALA #XUNTA

10.00h Mesa - Emprendimiento de alto Impacto

10:45h MasterClass - WIT. Construyendo ecosistemas

11.30h Mesa - El papel de los VCs en el ecosistema

12.15h Keynote - El M&A: caso Efimob&Empark

12.45h Keynote - La serie B Internacional: Caso Devo

13.15h Keynote – Trison - Como pasar de una empresa familiar a una multinacional

13.45h MasterClass - The Journey from Angel to VC: Navigating the Startup Investment Landscape

14.30h Clausura - Clausura Institucional

SALA #SPAIN UP NATION (SUN)

18.30h Pitches - Vertical Fintech

19:00h Keynote – YES: Valores del emprendimiento

19.15h Pitches - The Challenge
10.00h Mesa III – VCs Internacionales. 10.30h Pitches - Vertical Auto

12.00h Pitches - Vertical Aero

13.00h Mesa IV – Inversión Sostenible 13.30h Pitches - Vertical agro y Food

14.00h Pitches - Vertical Turismo

INVERSORES



Alex Ferreiro
Manager
CAIXABANK DAYONE



Álvaro Álvarez-Blazquez Fdez
DOSVALOR



Alvaro Cuba
Early-stage Investor
ANGEL/SYNDICATE



Andrés Dancausa
THE VENTURE CITY



Andro Kulisic
THEFOODTECHLAB



Àngels Molist
Investment Manager
SECWAYS VENTURES



Antonio Huerta
UNITATEA CAPITAL



Aquilino Peña
Co-Founder & Managing Partner KIBO VENTURES



Armando Fandos Suárez
ZUBI WEALTH MANAGEMENT



Borja Dorado
Gestor de empresas
CAIXABANK DAYONE



Carla Rodríguez Carrasco
INVEREADY



David Dias
Fundo CAPITAL DE RISCO
CRITICAL VENTURES



David López Garcia
Partner
BEABLE CAPITAL



David Mor
IBERINSA



David Pascual Ortega
THE IFEDES WAY



Diego Esquer Rufilanchas
Director Territorial
Noroeste GESVALT



Eduardo Pérez Martínez
Tech Transfer
AGRIFOOD



Emilia Carballeira
Analista Investment Banking ABANCA INVEST



Fernando Rdguez. Bergareche Director
CAIXABANK DAYONE



Francisco Ferreira Pinto
Executive Director
BYND VENTURE CAPITAL



Francisco Javier Lodeiro Prieto Venture capital
ENCOMENDA VC



Gorka
VC Investor
EASO VENTURES



Ismael González
UNITATEA CAPITAL



Jacobo Wirz Rivera
FWR INVERSIONES



Jaime Biel
FARADAY VENTURE PARTNERS



Jaime de Antonio
Impact VC investor
SHIP2B VENTURES



Jaime Gil- Delgado
SWANLAAB



Jaime Novoa
VC
K FUND



Jaime Pérez Cuchet
Investment EU
SEEDRS & REPUBLIC



Javier Alonso Director
Strategic BD EMEA & LATAM WESTERN DIGITAM



Jesus Ávila Casa
Co-Founder
SEEDWAY VENTURES



Joan Mercadal Dalmau
Partner
NARA HEALTH CAPITAL



Jordi Ferrer Rendé
Venture Capital
SHIP2B VENTURES



Jorge González Vázquez
Director de inversiones
NETACCEDE SCR-PYME, S.A



Josep Guitart Pardellans
VC SABADELL VENTURE CAPITAL



Juan Carlos Milena
Co Managing Director
CLIMBSPOT CAPITAN



Juan Maiso Pablos
Venture Capital
DOZEN



Juan Manuel Cortés-Galindo ÁNGE-PLATIA INVESTMENTS



Julian Mazoteras Moreno
VIRIDITAS /MDV



Luis Jara
LOCKSLEY GROUP

Mª Lourdes García Alonso
BANCO SABADELL,S.A.

Macarena Machimbarrena
Impact Investing
SHIP2B VENTURES

Manuel Nieto Arias
Co-Founder & General Partner FIRST DROP VC

Marc Guasch Rodríguez
ZUBI CAPITAL

Maria Ana Mesquita
VC | Platform&Community
BYND VC

Marta Baltar Analista de inversiones LUGO TRANSFORMA FCR PYME

Marta Campillo
VC Investor
BANC SABADELL

Mateo Rouco Salvado
Head of Marketing & Comms BBVA SPARK

Merce Tell Founding Partner ENCOMENDA CAPITAL PARTNERS

Miguel Álvarez Rey
Socio Director
MARCAPITAL VENTURES

Miguel Baltar Giraud
VIGO ACTIVO S.C.R. S.A. S.M.E.

Nacho Alonso Cembrano
Co-Founder y CEO
PINAMA INVERSIONES

Nuno Afonso
Venture Capital Analyst
BIG START VENTURES



Pablo Campos
UNITATEA CAPITAL



Pablo Lombardero Fernández
UNIRISCO



Pablo Madina Dirección de Marketing
AL-ANDALUS VENTURES



Pablo Mosquera Martínez
UNIRISCO



Paloma Castellano
WAYRA



Paloma Mas Pellicer
Events and Culture Manage PLUG AND PLAY



Patricia Fraile Romero
Gestión ARCHIPÉLAGO NEXT SCR PYME SA



Patricia González Gómez
Gerente Cartera Xtech ABANCA INVEST



Patricia Huerta Barberá
STARTUPXPLORE



Patricio Hunt
INTELECTIUM VENTURES



Paula Cayuela
UNITATEA CAPITAL



Pedro de Álava Horcajo
Tech Transfer AGRIFOOD



Pedro Tortosa
Founder and CEO PEAK THOMAS



Rafael de Juan Font
Analista ORBYN & FELLOW FUNDERS



Rafael Ramiro
Director General Interim BUSINESS ANGEL



Samuel Méndez García
VIGO ACTIVO S.C.R. S.A. S.M.E.



Sandra Valero Martínez
Dealflow Manager LANZADERA



Santi Dominguez CEO at MESTRELAB RESEARCH BIO&TECH SMART CAPITAL



Santiago Simón Garzo
INCIBE



Sergio San Agustín
VC Investor CLAVE CAPITAL



Sonia Fernández
Partner KIBO VENTURES



Susana Vázquez
XESGALICIA



Tom Horsey
EONIQ.FUND



Valentín Fernández García
INVERTIDOS



Vanessa Palmer Business Development & Product Manager CAIXABANK



Yolanda Falcon García
XESGALICIA SGEIC SA

CORPORATES ASISTENTES



Eduardo Aldao Castillo
ABANCA



Jose Antonio Suarez (Pope)
ABANCA



Patricia González Gomez
ABANCA



Roberto Baratta Martinez
ABANC



Fernando Filgueiras Feal
ABANC



Rosa Seoane
ABANC



Telmo Pérez Luaces
ACCIONA



Rubén Hidalgo
CAPSA



Pedro Arenas Barreiro
CEAMSA



Julio Sánchez Mariñas
CINF



Ricardo Fernández Muiños
DELOITTE



David Ceniceros
ECOEMBES



Pedro Rodríguez Duran
EMPARK



Ricard Castellet
GEBRO PHARMA

Guillermo de las Morenas
MASTERCARD

Luis Baena Gómez
MUNICH RE

Dora Casal
ROBERTO VERINO

Antonio Eduardo
STELLANTIS

Alberto Caceres Tejedor
TRISON

Gustavo Martínez
VISA

Pedro González Blanco
ZELNOVA ZELTIA

Angel Uzquiza
SANTA LUCIA

Eva Hernando
GRANT THORNTON

Yago Diaz
DELIKIA

Diego Piñeiro
SELMARK

Brais Comesaña
VIKO

Frankie Gómez,
Fundador Galicia Startup Congress



“LLAMAR LA ATENCIÓN, HACERLO MEJOR”

¿Qué implica organizar un evento como este fuera de ciudades como Valencia, Barcelona o Madrid?
Lo principal es que hay que venir a propósito aquí. Galicia no queda camino de ningún sitio. De hecho, es el Córner Atlántico, el Finisterre. Fíjate que me preguntas con la comparación de tres ciudades a una comunidad. Esto ya demuestra que hay en el subconsciente colectivo. Que implica en Galicia y no en La Coruña, Vigo o Santiago.
Cuando empezamos con esto en dos mil diez era una necesidad en plena crisis en la que la falta de empleo se suplía con un discurso de “Emprende” y “Internacionaliza” como las dos grandes panaceas para salir de aquello, cuando unos meses antes la clave era, “estudia para una oposición”, no arriesgues!
Implica ser más perseverantes, hacerse más visibles, implica llamar más la atención, hacerlo mejor,..
Los grandes núcleos disponen de una masa social que les permite crear en su propio espacio ideas y negocios que se testan en ciclos cortos y que permite al emprendedor tener un feedback rápido de su iniciativa. La inversión está en la calle, de la misma forma que los empleados de los headquarters de grandes compañías te los encuentras en las tascas, a los “riquiños” también. Algo que no es tan sencillo en “una comunidad” en la que nos conocemos todos o no se conoce a nadie. Quiero decir que todo el mundo reconoce a ciertos perfiles con éxito (y ni se les acerca por que “Mira quien es”), a la vez no es tan sencillo desgranar quien es potencialmente exitoso. Esto es una barrera que creo que hemos roto en SCG y que hace que en este evento se mezclen con comodidad perfiles muy consolidados con ideas nuevas y energéticas en plena ebullición.

¿Cómo ha evolucionado Startup Congress Galicia a lo largo de este año? ¿Por qué darle continuidad?
Bueno, esta es la edición doce en trece años (y no es por superstición, es que no la hicimos un año por la pandemia) de Laconnetwork. Desde la edición diez comenzamos a llamarle Startup Congress Galicia porque con el nombre de Laconnetwork los del Bierzo para abajo solo pensaban en un codido con patatas y grelos.
El Laconnetwork prepandemia ya nos dejó claro que esto tenía que ir a otro lado. Dejamos de hacer eje en el networking de emprendedores como base y empezamos a agrupar iniciativas emergentes que surgían por el territorio; comenzamos a plantear que hubiese un único Demo Day con todas las aceleradoras que comenzaban a dar primeros pasos, dar voz a las Corporate consolidadas en el territorio, hacer visibles a otras iniciativas emprendedoras y sobre todo, abrirnos a cualquier sector.
Lacon nace como un foro de principalmente TICs y nos dábamos cuenta que no existe -o casi no existe- el emprendimiento sin tecnología. Da igual si vas a crear un modelo basado en cultivo de lechugas o si vas a colocar satélites como cajas de zapatos en el espacio para medir el clima. De una forma u otra vas a pasar mucha parte del tiempo delante de una pantalla y un teclado conectado a internet. Por eso ahora todos tienen cabida en este evento.
Bueno, a esto hay que darle continuidad por puro egoísmo, para que nadie tenga que irse de este terruño por que no tenga oportunidades desde aquí. Asi que hay que luchar y trabajar por hacerlo mejor.

¿Por qué Galicia es y puede seguir siendo un polo de innovación, de atracción de talento, inversión…?
Galicia es extremista en su Long Tale de empresas, hay en un extremo unas enormes empresas con un grado de calado, internacionalización y facturación espectacular y no solo las tres o cuatro que a todos se nos vienen a la mente pensando en Galicia y una enorme lista de pequeñas startups que dan servicios a empresas de primer nivel con facturaciones y reconocimientos muy discretos. (Quizás esto sea una impronta de Gallegos… no dar mucho la nota!)
El talento hace que a veces ideas increíbles se conviertan en autoempleo ya que el emprendedor se conforma con la renta que obtiene de su pequeño ramillete de clientes sin valorar alianzas con grandes corporates, escalar, ser invertido o simplemente crecer.
Los grandes corporates debían ser esponjas que absorbieses estos productos y servicios que muchas veces salen de emprendedores forjados en sus propias filas. Estos emprendedores debían apoyarse en estos corporates para expandirse y crecer.

Pero incluso en la meca del "startapeo", San Francisco, esto les llevo años e iniciativas que corporates no vieron con buenos ojos terminaros siendo más grandes que las casas donde se forjaron. Aquí llegara su momento.
Piensa que hoy hay aceleradoras verticales de todo tipo, apoyadas con capital publico y privado que dan impulso a estas iniciativas e inyectan la idea de ser grande y global cada año a una nueva hornada.
Tenemos día y medio de Pitches, no se exactamente cuántos proyectos presentan pero a tres minutos por pitch, echa cuentas. Y no son todos, son solo los mejores seleccionados por cada aceleradora.

¿A qué retos fundamentales se enfrenta a día de hoy la Comunidad? ¿Cómo los abordáis vosotros?
El ruido! Este el reto principal. Apagar el ruido.
El planeta está lleno de expertos que dan lecciones a precios de saldo de como conseguir el éxito sin nunca haber logrado alguno.
Cada uno tiene sus ambiciones y todas son buenas, solo hay que encontrar la pareja adecuada con la que bailar.
Tenemos una comunidad excepcional de emprendedores, con diversidad, ingenio, creatividad. Pero también con formación, conocimiento y criterio. Aquí, en SCG puedes encontrarte, como el año pasado, a un crio menor de edad que iba por su segunda empresa o un energético abuelo "petao" de ilusión con un invento fantástico.
Lo mejor es la ilusión y lo peor también, porque te ciega! Todo lo que te cuentan que crees que te acerca a tu objetivo lo compras y pasas de ser un emprendedor a ser un consumidor.
El mercado del emprendedor, de la emprendeduria.
La comunidad necesita que se cierre el ciclo y que startups que formulan su producto mínimo viable, ejecutan su modelo de negocio, crecen y llegan a empresa, se convierten en explotables, son adquiridas, comienzan a adquirir, etc. Tienen que ser los nuevos ejemplos. Aportar los nuevos mentores y acompañar a estas nuevas ideas a lógralo.
SCG pone en contacto a unos con otros. En estos años hemos visto a Serial Entrepreneurs que cada año disparan a puerta sin meter gol e iluminaos que la clavaron a la primera. Bueno, hemos visto bodas, banquetes y comuniones de emprendedores y carnívoros hacerse veganos… Idea que se han fusionado, ideas que se han dividido,..
Esto es el valor de Laconnetwork el poner estas experiencias en común y crear relaciones entre personas que aunque sean muchas veces competidores en el mercado son muy amigos con una cerveza en la mano.

¿Qué papel juega el empresario tradicional en una región como Galicia y de qué forma le acercáis al ecosistema emprendedor?
¿Que es esto del empresario tradicional, el de pantalón de tergal y chaqueta cruzada? – Ya estoy haciéndome el gallego y contestando con una pregunta!
No creo que se pueda decir que Galicia tiene empresarios tradicionales, aunque vistan de tergal y chaqueta con corbata o lo hubiesen hecho. Aquí se ha ido a pescar a donde no se pone el sol o no sale para vender "peixe" en todo el mundo, se ha congelado, cocinado y enlatado de todo para mandarlo donde sea. hemos vestido a Sony Croquet con trajes arrugados, los gallegos hacen calzadas, carreteras y autopistas en medio planeta, tenemos un alambique que es como agua vendita y esto sin tener en cuenta a uno, que sin hacer un anuncio en su vida vende una temporada de textil cada quince días.
Son un ejemplo indudable no solo para los Galleguiños sino también para otros más allá del Bierzo.
SCG cuenta con ellos en todas sus ediciones, de una forma u otra están presentes en mesas, aceleradoras, fondos, etc. Cada año intentamos involucrarles más en esta iniciativa, que participen más y más estrechamente.

¿Por qué es importante la colaboración público-privada para el desarrollo económico e innovador? ¿De qué forma se materializa?
En la carta a los reyes magos, a mi me gustaría que el ecosistema lo traccionara una capa privada y que el público lo acompañara. Entendamos esto con cariño. El sector privado busca la rentabilidad de un ejercicio y en consecuencia deriva en el éxito por aceptación de los mercados. Esto bajo mi punto de vista crearía más agilidad y una visión de las inversiones basada en las necesidades de los mercados.
Sin embargo, sin la aportación pública que apoye sectores menos jugosos o desarrollados, nunca se producirían ciertos ejercicios o saldrían ciertas iniciativas adlante.
Así que es imprescindible la presencia de ambas capas para crear un ecosistema de emprendeduría sano y duradero.
La creación de aceleradoras desde líneas públicas es una base muy importante en esta comunidad, alguna de ellas con años de ejercicio y con statups operando habla de un buen trabajo de aceleración así como de conseguir acompañamiento de inversión privada.
Aquí, en este punto estamos nosotros, SCG. Dando un foro donde los mejores proyectos de todas las aceleradoras gallegas se reúnen un par de días para que más de cien fondos las examinen.

Startup Congress Galicia reflexiona sobre el futuro de varios sectores, ¿por dónde pasa el de Galicia, sus startups y sus inversores?
Bueno, está en el entrelineas de todo lo que venimos diciendo. Se trata de cerrar el circulo. Hace unos años, las rutas migratorias de los fondos e inversores no pasaban por Galicia y lo de aceleradora sonaba a coche tuneado en polígono. Hoy hay una aceleradora por vertical y más de 150 fondos que pasan por aquí dejando inversión, y por consiguiente, seguimiento de sus dineros.
Es el momento de que las ideas e iniciativas que nacieron después de dos mil ocho, aquellas que han conseguido un recorrido vuelvan a empezar uno nuevo para apoyar, acompañar y acelerar a estas nuevas iniciativas. Formando parte de cualquier parte de los estratos del ecosistema. Siendo mentores, creando nuevas aceleradoras, fondos, VC… nuevas startups!

DEPUTACIÓN DE PONTEVEDRA

SmartPeme PONTEVEDRA

“Onde hai unha empresa de éxito, alguén tomou algunha vez unha decisión valente”

Peter F. Drucker



Solicita a túa cita previa nos puntos SmartPeme:

886 202 020
info.smartpeme@depo.gal
https://smartpeme.depo.gal/

DEPUTACIÓN PONTEVEDRA | SmartPeme PONTEVEDRA

AXENDA 2030

FONDO EUROPEO DE DESENVOLVEMENTO REXIONAL
“Unha maneira de facer Europa”
UNIÓN EUROPEA

STARTUPS FINALISTAS

20 ABRIL

VERTICAL BIO

Presentacion Ignicia - aceleradora

- Sun rock
- Celtarys
- Liberabio
- Trafficgene
- Nanocell

VERTICAL EDTECH

The challenge

- Ourooucean
- Insectlife coruña

VERTICAL FINTECH

Abanca Innova

- Mychoice2pay
- Theavatar factory
- Berce

VERTICAL X- TECH

Viaexterior

- Grooveland. The circle ideas
- Mininolas
- Keybiological

Startup Braga

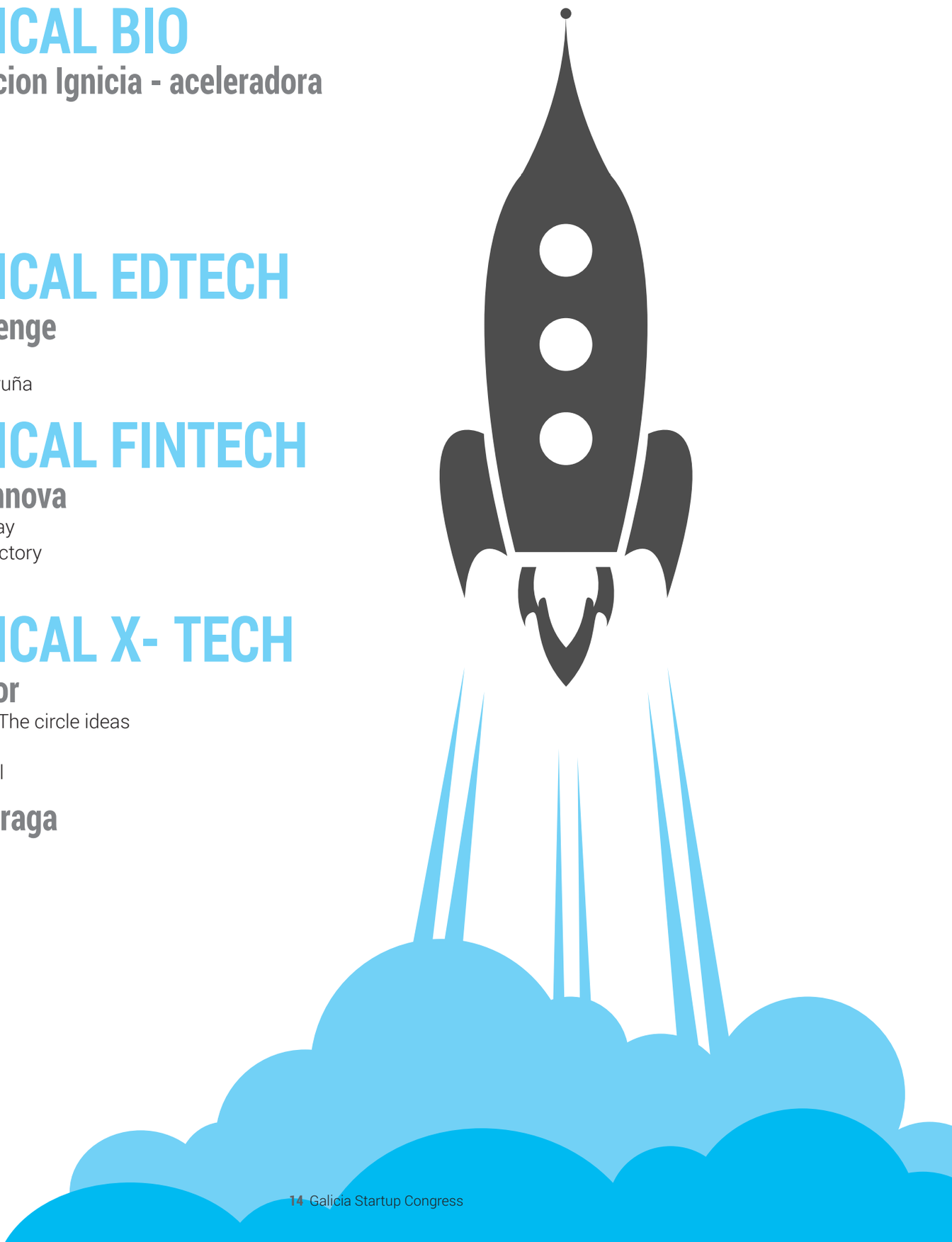
- Pluggable
- Upvalue
- Birdie

Conector

- Harpia
- Ditto

Otros

- Circoolar
- Mentiness
- Diler



21 ABRIL

VERTICAL AUTO

BFA. Susana

- Evestel
- Ancora
- norlean
- perfectnumbers

HTA

- Vi&Go
- Despunte
- Vancubic
- 5 special
- Dorotti
- Lucokai
- Tempodriver

VERTICAL AERO

BFAERO

- Soluciones aeronáuticas
- Enercraft
- AHYRES
- Kreios Space
- Sense aeronautics
- Auth USB

VERTICAL FOODTECH

BfFood

- NM Iot
- Dairypet
- Nigal
- Himikode
- Neboda
- Monkeymarkets

VERTICAL TURISMO

Turislab

- Capptus
- Boldest
- Oasis Hunters

SunRock Biopharma SL

Vertical Bio

www.sunrockbiopharma.com

SECTOR/ES: Bio/Pharma Tech

TECNOLOGIA/S: Otras

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: Ninguna de las anteriores

PROBLEMA: Tanto la quimioterapia clásica, como la inmunooncología moderna han fracasado en el intento de curar los tumores más agresivos. La carencia de nuevas dianas y el desarrollo de resistencias son problemas habituales a los que se enfrentan los pacientes que sufren los tumores más agresivos.

SOLUCIÓN: SunRock desarrolla anticuerpos terapéuticos innovadores contra dianas novedosas y anticuerpos biespecíficos y Antibody- Drug- Conjugates para tratar los tumores resistentes a las terapias convencionales.

SunRock trabaja en un modelo de innovación abierta, a través de colaboraciones de I+D a largo plazo con institutos de investigación líderes a nivel global y una extensa red de Key Opinion Leaders.

MERCADO: Los tratamientos actuales no son capaces de cubrir la necesidad clínica de terapias contra el cáncer. El objetivo de SunRock es desarrollar moléculas innovadoras contra las indicaciones oncológicas que muestran una mayor necesidad clínica.

MODELO DE NEGOCIO: El objetivo de la compañía es el desarrollo de los anticuerpos terapéuticos desde el descubrimiento hasta la validación in vivo o en Fase clínica I. Licenciar compuestos en etapas tempranas permite a las grandes empresas farmacéuticas renovar su cartera de desarrollo a un precio competitivo y minimizando los riesgos. SunRock se ha asociado con una compañía biofarmacéutica suiza para desarrollar conjuntamente ADCs sobre 2 anticuerpos SunRock. Un acuerdo de licencia podría activarse en Q4- 2023.

PRINCIPALES MÉTRICAS Y/O TRACCIÓN: SunRock invertirá €12M durante 2023- 25 para llevar SRB1 a ensayos clínicos:

- €7M procederán de acuerdos de licencia y ayudas públicas a I+D.
- €5M procederán de nuevos inversores.

Las compañías farmacéuticas asociadas con SunRock invertirán €50M+ durante 2023- 25 SRB17- ADC y/o SRB21- ADC a ensayos clínicos.

MODELO DE CAPTACIÓN /CRECIMIENTO: SunRock optimiza la inversión desarrollando sus moléculas desde la etapa inicial de Discovery, con el objetivo de licenciarlas después de validarlas in vivo o en ensayos clínicos de Fase I. SunRock ha desarrollado un portfolio equilibrado, que mitiga el riesgo tecnológico y optimiza el potencial de ingresos.

EQUIPO: Laureano Simón es el CEO de SunRock y cuenta con un Ph.D. en Bioquímica y Biología Molecular. Tiene experiencia en la fundación de varias empresas biomédicas, como Progenika, Oncomatryx y Quimatryx, que han tenido éxito en el mercado. Además, es fundador de Helenes Ventures, un fondo de inversión para empresas emergentes biomédicas. Laureano ha publicado numerosos artículos científicos y ha recibido varios premios a lo largo de su carrera.

Juan Buela es el Director de SunRock y tiene un MBA. Tiene más de 15 años de experiencia en el mundo de la innovación biomédica y ha ocupado cargos importantes en empresas internacionales en el ámbito de la comunicación corporativa y la gestión. También ha trabajado como asesor para instituciones públicas y ha sido gerente de comunicaciones de empresas como Oncomatryx Biopharma y el Grupo Progenika.

Pablo Garrido Cuesta es el Director Científico de SunRock. Tiene un Ph.D. en Biología y se especializa en el metabolismo del cáncer de mama. Ha realizado estancias postdoctorales en instituciones internacionales de renombre como el Instituto Karolinska en Estocolmo y el Instituto Nacional de Salud (NIH) en Bethesda y ha recibido varias becas y reconocimientos de organizaciones públicas. En conjunto, el equipo de SunRock cuenta con una amplia experiencia en la creación y dirección de empresas biomédicas y en la investigación científica, lo que los hace ideales para liderar la compañía en su búsqueda de soluciones innovadoras en el campo de la salud.

LINKEDIN CEO: www.linkedin.com/in/juan- buela- 66465414/

Celtarys Research

Vertical Bio

www.celtarys.com

SECTOR/ES: Bio/Pharma Tech

TECNOLOGIA/S: Otras

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: Ignicia

PROBLEMA: El sector farma y biotech se enfrenta a un grave problema de eficiencia debido al incremento de los costes de desarrollo de nuevos medicamentos, que no ha ido acompañado de un incremento de las ventas. Por otra parte, cada año se identifican nuevas dianas terapéuticas para las que no existen herramientas de investigación adecuadas, que permitan llevar a cabo las etapas tempranas de investigación de manera rápida, flexible y coste- eficiente. Esta urgente necesidad de mejorar la eficiencia del largo y costoso proceso de descubrimiento de fármacos es la oportunidad de negocio que aprovecha Celtarys.

SOLUCIÓN: Celtarys cuenta con una tecnología de conjugación química propietaria que permite desarrollar herramientas químicas para optimizar en tiempo y coste el proceso de descubrimiento de fármacos. En particular, nuestros productos son una alternativa más segura, eficiente y versátil a la radioactividad que se usa actualmente en los ensayos de cribado de compuestos en las etapas iniciales de investigación de nuevos medicamentos

MERCADO: El proceso de descubrimiento de fármacos se inicia con la identificación de una diana implicada en una patología concreta. Una vez confirmada esa diana, se lleva a cabo una búsqueda de compuestos que puedan modularla y esto se hace habitualmente con ensayos de cribado de alto rendimiento, probando librerías de miles de compuestos sobre esa diana. Este proceso de lleva a cabo habitualmente con radioligandos, lo que plantea numerosos inconvenientes relacionados con la seguridad, la gestión de residuos, la necesidad de disponer de instalaciones especiales y los problemas de suministro. Como alternativa, han surgido en los últimos años las técnicas basadas en fluorescencia; sin embargo, éstas no han desbancado aún a la radioactividad debido a la dificultad, desde el punto de vista químico, de sintetizar compuestos fluorescentes con buena afinidad por la diana. Con nuestra tecnología, conseguimos resolver esa dificultad y desarrollar herramientas fluorescentes óptimas como alternativa a la radioactividad. Comparados con otras soluciones fluorescentes ya disponibles en el mercado, nuestros productos son más sensibles, más selectivos, más versátiles en cuanto a sus aplicaciones y han sido validados en numeroso ensayos por laboratorios independientes. Además, nuestra tecnología nos permite ofrecer desarrollos a medida para cualquier diana en un plazo y a un coste competitivo con los estándares de la industria farma.

MODELO DE NEGOCIO: Nuestro modelo de negocio se basa en dos pilares: por una parte, la venta recurrente de productos fluorescentes que ya hemos desarrollado y validado y que están comercializándose directamente desde nuestra web. Contamos con un catálogo de 25 sondas fluorescentes para una de las familias más importantes desde el punto de vista terapéutico, los receptores GPCR. Baste decir que el 33% de todos los medicamentos aprobados actúan frente a un GPCR. Por otra parte, ofrecemos servicios de síntesis de sondas fluorescentes a medida para cualquier diana terapéutica, en un modelo que nos permite mantener la propiedad industrial de las nuevas sondas generadas e ir ampliando así el catálogo.

PRINCIPALES MÉTRICAS Y/O TRACCIÓN: Disponemos de productos y servicios ya validados y en fase de comercialización. Contamos con clientes a nivel internacional, tanto para los productos de catálogo como para los servicios de síntesis a medida. Hemos publicado cuatro artículos científicos, en colaboración con laboratorios independientes, en los que se usan nuestros reactivos, validando su idoneidad de cara a la comunidad científica, que son nuestros usuarios finales. Hemos cerrado una ronda de inversión semilla de 650.000 euros, con inversores privados e institucionales (XesGalicia y VigoActivo) y captado más de 800.000 euros en financiación no dilutiva. Contamos con equipo inicial de 8 personas, de los cuales 5 son personal investigador y 3 de negocio/comercial

MODELO DE CAPTACIÓN /CRECIMIENTO: Nuestros clientes son empresas farmacéuticas o biotech que llevan a cabo sus propios programas de descubrimiento de fármacos; también CRO (Contract Research Organizations) que ofrecen servicios de screening o toxicidad al sector; y grupos académicos que investigan en nuevas terapias. Tenemos varios canales de comercialización abiertos con todos estos actores, a través de contactos directos (outbound marketing), asistencia a ferias internacionales, campañas de visibilización (inbound marketing), publicaciones científicas, patrocinios de eventos científicos, etc. En paralelo, hemos llegado a acuerdos de comercialización/distribución con empresas ya establecidas en el sector, que incorporan nuestros productos a su catálogo. El modelo de expansión comercial se basa en atraer a actores clave del sector, que actuarán como prescriptores, ampliando tanto nuestro propio equipo comercial como los acuerdos con terceros.

EQUIPO: Celtarys es una spin-off de la Universidad de Santiago de Compostela. El equipo fundador es muy complementario, aglutina perfiles científicos de reconocido prestigio en su área, con perfiles expertos en start ups y desarrollo de negocio en el sector biotech.

La empresa -que pasó por el programa de aceleración Ignicia de GAIN- fue fundada por los investigadores que desarrollaron la tecnología de conjugación química en la que se basa, liderados por el Prof. Eddy Sotelo, con la participación de la Prof. Mabel Loza, ambos con una larga trayectoria de colaboración con empresas farmacéuticas. La CEO y co-fundadora es la Dra. Sonia Martínez Arca, con formación científica y más de 15 años de experiencia en gestión de I+D+i. Todos ellos han participado directamente en la creación y gestión de otras empresas del sector, que siguen activas. La CSO y co-fundadora es la Dra. María Majellaro, autora de la patente de la tecnología y experta en química médica. Santi Domínguez, CEO de MestreLab y de Imspex Diagnostics, ocupa un puesto en el Consejo de Administración como inversor en la empresa y es director no ejecutivo. Nuestros inversores institucionales, XesGalicia y VigoActivo, participan también en el Consejo de Administración como observadores.

En cuanto al equipo operativo, contamos con dos investigadoras que llevan a cabo las tareas experimentales y un desarrollador de negocio, con experiencia en ventas en distintas empresas internacionales del sector

LINKEDIN CEO: www.linkedin.com/in/sonia-mart%C3%ADnez- arca- 40627721/

Libera Bio S.L.

Vertical Bio

http://www.liberabio.com

SECTOR/ES: Bio/Pharma Tech

TECNOLOGIA/S: Otras

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: Ignicia

PROBLEMA: Los tratamientos contra el cáncer aún dependen en gran medida de moléculas pequeñas (quimioterapia). A menudo son agentes potentes (p. ej., citotóxicos) y pueden crear una variedad de efectos secundarios, algunos muy peligrosos. Los anticuerpos son poderosos y más específicos para un objetivo dado, mientras que potencialmente generan muchos menos efectos secundarios. Sin embargo, al ser moléculas grandes, no entran espontáneamente en las células cancerosas. Los tratamientos actuales con anticuerpos se dirigen a objetivos en la superficie de las células. Los científicos creen que 3 de cada 4 objetivos que causan enfermedades se encuentran dentro de las células. Por lo tanto, existe una gran necesidad de administrar anticuerpos contra estos objetivos intracelulares.

SOLUCIÓN: Nuestra MPN Technology® consiste en nanocápsulas poliméricas multifuncionales que viajan a las células cancerosas, cruzan su membrana y entregan su "carga", los anticuerpos, al objetivo intracelular para el que se crean estos anticuerpos.

El anticuerpo interrumpe las vías del cáncer de diferentes maneras. Por ejemplo, nuestros anticuerpos KRAS G12D y G12V actúan sobre estas mutaciones KRAS en la vía MAPK. Los MPN también pueden entregar en la fase lipídica un segundo compuesto que podría alcanzar un objetivo diferente en la misma vía, para un efecto más fuerte.

MERCADO: No hay ningún fármaco en el mercado (o en desarrollo hasta donde sabemos) que utilice anticuerpos completos para abordar objetivos de cáncer intracelular y que tenga evidencia in vivo.

Los MPN están especialmente diseñados para transportar anticuerpos. Es una tarea compleja que otros nanocarriers no pueden realizar bien o en absoluto.

Los MPN protegen el contenido debajo de una cubierta de polímero y usan el anticuerpo como ingrediente activo, no como ligando dirigido, mientras que otras construcciones como los ADC (anticuerpos conjugados de fármacos) no protegen la carga y en muchos casos usan el anticuerpo solo como ligando dirigido.

Los MPN son estables, no se degradan en el plasma y no agregan proteínas significativamente, lo que permite la infusión intravenosa.

La parte no activa de los MPN está compuesta por ingredientes aprobados por las autoridades reguladoras FDA y EMA, con seguridad y disponibilidad comprobadas en el mercado de ingredientes GMP.

Las MPN pueden administrar una amplia variedad de anticuerpos (así como otros productos biológicos) y pueden acomodar una segunda molécula en la fase lipídica.

MODELO DE NEGOCIO: Las licencias en el sector farmacéutico suelen implicar un pago por adelantado en el momento de la firma, pagos por hitos en diferentes etapas de desarrollo y una tasa de regalías cuando se comercializa el producto.

Las cantidades observadas en la información disponible públicamente varían ampliamente y son difíciles de comparar. Los pagos por adelantado de 10 a 50 millones de euros son comunes.

Principales Métricas y/o Tracción:

Desarrollo preclínico

- MPN- antiKRAS G12D humanizado, en prueba. Podría recibir el registro IND/IMPD a partir de 2025 y mostrar evidencia en humanos a finales de 2025.
- MPN- antiKRAS G12V para ser humanizado. Dependiendo de la financiación, podría seguir de cerca a G12D.
- Próximos 4 anticuerpos: en diseño en conjunto con socios comerciales. Podría seguir lo anterior 18- 24 meses después.

Monetización

- Se podría firmar una licencia para una biofarmacia a partir del cuarto trimestre de 2023
- Pero de manera más realista con IND/IMPD obtenida en el cuarto trimestre de 2024 o con evidencia en humanos en el cuarto trimestre de 2025

Modelo de captación /crecimiento: Libera Bio se especializa en ajustar el diseño de MPN para administrar anticuerpos específicos.

Los anticuerpos en sí son creados por empresas asociadas. Anunciamos públicamente alianzas con EVQLV y con Immunoprecise Antibodies (Nasdaq: IPA).

Una vez que se haya generado suficiente evidencia de seguridad y eficacia, el objetivo es otorgar la licencia del nuevo fármaco a una gran empresa biofarmacéutica que llevará a cabo el desarrollo y la comercialización en las últimas etapas.

Libera Bio ha firmado un primer acuerdo de este tipo con una de las 10 principales compañías farmacéuticas mundiales.

Una vez que se comience a monetizar una licencia, los ingresos se reinvertirán inicialmente en el desarrollo de nuevos anticuerpos.

EQUIPO: Fundadora y CSO: Prof. María José Alonso Fernández

Doctorado en Tecnología Farmacéutica. Catedrático U. de Santiago de Compostela. U. de París XI, U. de Angers, MIT. 30 años de experiencia formulando productos biológicos. Su laboratorio ha sido pionero en numerosos descubrimientos en el campo de la nanomedicina.

Cofundadora y COO: Dra. Desirée Teijeiro Osorio

Doctorado en Tecnología Farmacéutica. Más de 20 años en el sector académico y privado, en I+D de formulaciones biofarmacéuticas basadas en nanotecnología. Se incorporó en 2013. Totalmente dedicado desde 2017.

Co-fundador y CEO: Olivier Jarry

MS, MEng, MBA. Lideró la estrategia internacional, BD&L y la gestión de la división regional/global en Novartis, Bayer y Bristol- Myers Squibb. Ha apoyado y obtenido financiación para numerosas empresas de biotecnología y tecnología médica en nanotecnología, oncología y otras áreas. Se unió a 2018.

Nuestras operaciones de laboratorio incluyen cuatro científicos altamente calificados en Santiago de Compostela.

LINKEDIN CEO: www.linkedin.com/in/orjarry/

TraffikGene

Vertical Bio

www.traffikgene.com

SECTOR/ES: Bio/Pharma Tech

TECNOLOGIA/S: Otras

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: Ignicia

PROBLEMA: En el ámbito de las nuevas terapias avanzadas basadas en ácidos nucleicos (ARN) y edición genética (CRISPR/Cas), existen limitaciones a la hora de entregar dentro del cuerpo estos fármacos de una manera eficiente, segura y dirigida a su sitio de acción. Por lo tanto, la etapa de transporte o "delivery" de estas revolucionarias medicinas supone un cuello de botella para que nuevos fármacos lleguen al mercado, al no poder aportar un perfil de eficacia/seguridad óptimo.

SOLUCIÓN: Desde TraffikGene hemos desarrollado una nueva plataforma tecnológica para la identificación y obtención de nuevos vehículos para estos agentes terapéuticos que se basa en la combinación química de péptidos y colas de ácidos grasos. Nuestra estrategia para sintetizar estas moléculas transportadoras permite obtener bibliotecas de cientos de candidatos y posteriormente identificar vehículos a la carta para llevar a cabo tareas terapéuticas concretas, como llegar a un determinado órgano en el cuerpo o especializado en un tipo de agente terapéutico (ARN mensajero vs ADN, por ejemplo).

MERCADO: El mercado de ARN terapéutico se estima en torno a 7 billones de dólares y crece a tasas superiores del 20% anual. A pesar de que se considera un área madura, la mayoría de los desarrollos se encuentran en fases preclínicas o clínicas tempranas, por lo que el posicionamiento de nuevas tecnologías facilitadoras que aporten valor a estas terapias es factible. Existen varias tecnologías de transporte de ARN y terapias génicas que ya han permitido la comercialización de terapias avanzadas, donde destacan las nanopartículas lipídicas (LNPs) y los vectores virales. Las LNPs son consideradas en la actualidad como la punta de lanza de los nuevos desarrollos terapéuticos y se han empleado con éxito como vehículos en las vacunas contra la COVID. Sin embargo, presentan limitaciones como su elevada inmunogenicidad, su complejidad de formulación (están compuestos por 4 o 5 componentes) y un complejo panorama de propiedad industrial que limita su aplicación. En cuanto a los vectores virales, sus costes de producción son muy elevados y presentan retos en cuanto a su inmunogenicidad y su potencial mutagénico. Ambas tecnologías presentan limitaciones a la hora de llevar a cabo una entrega selectiva a tejidos o órganos particulares dentro del cuerpo, ya que la mayor parte de los fármacos está limitado a las dianas hepáticas o a tratamientos locales.

Frente a estas tecnologías, TraffikGene aporta nuevas moléculas transportadoras basadas en péptidos, que presentan un proceso de formulación con el ARN sencillo y barato, facilitando el descubrimiento acelerado de nuevos vehículos a la carta para aplicaciones terapéuticas. Las formulaciones son monocomponente, lo que permite llevar a cabo cribados masivos automatizados que generan nueva propiedad industrial propietaria. Además, algunos de los prototipos actuales han demostrado una capacidad para dirigirse de manera selectiva a órganos diferentes al hígado sin causar reacciones inmunogénicas en los animales que han sido tratado con esta tecnología.

MODELO DE NEGOCIO: TraffikGene, que aun no está constituido como empresa independiente y sigue vinculado a la Universidad De Santiago, explotará un modelo de negocio dual basado en 1) desarrollar un pipeline de productos terapéuticos propios y 2) acuerdos de codesarrollo y/o licencias con empresas farmacéuticas y biotech aportando valor con su tecnología de delivery. De este modo, se generará valor por dos vías que presentan un perfil de riego/beneficio complementario. La constitución de la spinoff está prevista para Q2 2025.

PRINCIPALES MÉTRICAS Y/O TRACCIÓN: El proyecto TraffikGene ha logrado más de 3.2M de euros en proyectos académicos especializados en transferencia de tecnología desde el año 2018, donde destacan los programas ERC-PoC, Ignicia o EIC Transition, además de la participación en aceleradoras como BioIncubatech o el proyecto Spin- UP.

MODELO DE CAPTACIÓN /CRECIMIENTO: Los principales clientes serán empresas del sector farmacéuticos y biotecnológico que tengan candidatos terapéuticos en el ámbito de RNA y terapias génicas pero que carezcan de tecnologías de entrega y transporte de dichos fármacos adaptadas a sus necesidades. TraffikGene generará hitos de valor alineados con la demostración de eficacia y seguridad in vivo, así como de escalado industrial, para aportar valor y generar tracción entre potenciales clientes industriales que contactará a través de eventos sectoriales.

EQUIPO: El equipo científico está liderado por el profesor Javier Montenegro y las doctoras Marisa Juanes (química y formulación) e Irene Lostalé (desarrollo preclínico in vivo) en la USC, quienes han desarrollado la tecnología durante los últimos 6 años. En el año 2019 el doctor Alberto Fuertes se incorporó al equipo para apoyar en el ámbito de la valorización y las etapas tempranas de transferencia tecnológica. A finales de 2022, el equipo científico- técnico se vio reforzado por el Dr. Mark Mayhew, que cuenta con más de 20 años de experiencia en desarrollo de negocio vinculado al sector farmacéutico, y que cuenta con experiencia de consultoría (McKinsey, Treehill) y farmacéutica (Esteve).

LINKEDIN CEO

www.linkedin.com/in/mark- mayhew- 4805962/?originalSubdomain=es

Nano Cell Farms

Vertical Bio

www.nanocellfarms.com

SECTOR/ES: Food/Agri tech

TECNOLOGIA/S: Otras

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: BFFood

PROBLEMA: La nanocelulosa bacteriana es uno de los materiales mas versatiles, ecologicos y con potencial en usos industriales en Alimentos, Textiles, BioEmpaques, Cosmeticos y farmaceuticos.

Sin embargo no existen modelos de plantas de produccion escalables para producir Nano Celulosa Bacteriana a nivel industrial y cumplir con la demanda creciente a nivel mundial.

Es necesario encontrar maneras de producir NanoCelulosa bacteriana en mayores escalas y a menor coste, utilizando fuentes y recursos agroindustriales locales de cada region en el mundo.

SOLUCIÓN: Nano Cell Farms es la primera planta de produccion de NanoCelulosa Bacteriana movil, la cual puede ser instalada en diferentes ubicaciones geograficas de manera practica y sencilla.

Ademas de ser movil, contamos con la tecnologia, conocimiento y experiencia para poder producir NanoCelulosa bacteriana con practicamente cualquier sustrato agroindustrial y a escalas mas eficientes que el standard mundial.

MERCADO: Las principales y mas grandes plantas de produccion de Nanocelulosa bacteriana estan ubicadas en Asia.

Ademas los modelos actuales de produccion de NanoCelulosa bacteriana estan basados en insumos agroindustriales no disponibles en Europa ni en otros paises donde hay mayor crecimiento de demanda de NanoCelulosa Bacteriana.

Los modelos actuales de produccion de NanoCelulosa bacteriana son estaticos y basados en infraestructuras de gran envergadura.

Adicional a esto, los tiempos y eficiencia de produccion de Nanocelulosa bacteriana actuales son lentos y limitan el crecimiento de la industria.

MODELO DE NEGOCIO: Nuestro modelo de negocio esta basado en los ingresos generados de la produccion de NanoCelulosa bacteriana como materia prima para las diferentes industrias donde es aplicable, empezando por la industria alimentaria donde contamos con la mayor experiencia y base de clientes y aliados en America.

Queremos replicar nuestro modelo de negocio en España e introducir nuestras soluciones y tecnologicas para la produccion de NanoCelulosa bacteriana con agroinsumos disponibles en la region localmente.

PRINCIPALES MÉTRICAS Y/O TRACCIÓN: NanoCell Farms en España es una compañia constituida en Galicia,

Actualmente esta en etapa de busqueda de aliados e inversionistas semilla para ejecutar nuestro modelo de negocios en España.

MODELO DE CAPTACIÓN /CRECIMIENTO: Contamos con red de aliados empresariales y de la academoa en America y otros continentes donde ya contamos con presencia de nuestros productos y soluciones a base de NanoCelulosa Bacteriana.

EQUIPO: Diego Silva Russi:

Director | expansión ingternacional

Co-fundador NanoCell Farms Colombia: Compañia lider de produccion y comercializacion de NanoCelulosa bactariana en Colombia para alimentos a nivel industrial

Julior Ramirez:

Director Nano Cell Farms España

Co-fundador NanoCell Farms España

Cristina Isabel Castro Herazo:

PHD, Lider de investigacion en NanoCelulosa Bacteriana, Docente de Bio Nano Tecnologias de la Universidad Pontificia bolivariana de Antioquia, Colombia.

Marlon Osorio:

PHD, Lider de investigacion y aplicaciones de NanoCelulosa Bacteriana, Docente de Bio Nano Tecnologias de la Universidad Pontificia bolivariana de Antioquia, Colombia.

LINKEDIN CEO: www.linkedin.com/in/diego- silva- russi- 18517a6/

Ourocean

Vertical Edutech

https://sites.google.com/view/ourocean22/inicio?fbclid=PAAaZ6uov_fhL1C7bqv8Zlj7f4ZDemXqtIpFpyCYzaj0uFTwHJX0Wx4rAQF4E

SECTOR/ES: Energy/Sustainability/Water
Plastic Free Seas

TECNOLOGIA/S: Otras, Robotic

ACELERADORA/PROGRAMA DE ACELERACIÓN: EducaixaNext

PROBLEMA: Se ha detectado la presencia de plásticos en productos de nuestra dieta, como el pescado.
El problema que nosotras hemos detectado es la cantidad de plástico que perjudica el medioambiente sobre todo el océano y vida marina

SOLUCIÓN: Con el propósito de resolver este gran problema nació Ourocean, nuestra iniciativa, desde la cual hemos creado la Rumbamar, una aspiradora 100% sostenible, que recoge plástico de la playa y se carga a través de paneles solares

MERCADO: Nuestra iniciativa no trata sólo de recoger plástico, sino que se apoya en un factor social. Nosotras le damos una segunda vida al plástico, ya que lo transformamos en botellas que se pondrán a la venta, potenciando así la circularidad.
Además los empleados serán personas en riesgo de exclusión social.
El proyecto es valioso también por si mismo porque estará regido por una economía circular, lo obtenido por la venta de botellas será reinvertido en la iniciativa.

MODELO DE NEGOCIO: Conseguimos dinero por medio de inversiones privadas, campañas de crowfounding y por medio de la opción de nuestra App desde la cual se puede apadrinar

PRINCIPALES MÉTRICAS Y/O TRACCIÓN: La empresa se encuentra en un proceso de creación y desarrollo de las ideas, con lo cual no tenemos ingresos ni gastos

MODELO DE CAPTACIÓN /CRECIMIENTO: Llegaremos a nuestro público a través de las redes sociales, dándonos a conocer en concursos de emprendimiento y hablando con el ayuntamiento y las autoridades responsables de la limpieza de playas.

EQUIPO: Somos 4 niñas de 1º de bachillerato,
Cristina Casariego de Ron, Ana zalvide Martínez de Ubago, Valeria Arcas Martin y Barbara González del castillo Méndez
Solemos trabajar todas juntas pero normalmente Cristina y Valeria se centran más en la parte tecnológica de la App y dibujos en 3D; mientras Ana y Barbara se centran en la redacción, presentaciones y otros aspectos del proyecto.
No tenemos experiencia en otras empresas, pero sí que hemos participado en otros concursos como Educaixa y Mashumano llegando hasta la final.

INSECTLIFE CORUÑA

Vertical Edutech

https://insectlife9.webnode.es/

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: EducaixaNext

Problema: Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el 26% de la superficie seca del planeta se dedica a pastos para el ganado, y un 33% de las tierras cultivables producen cosechas para la ganadería. Esta actividad es responsable del 18% de las emisiones de gases de efecto invernadero, y prescindir de más bosques para abrir espacios a la agricultura aumentaría el problema, hoy en día, del cambio climático.

Solución: La insecticultura es la práctica de criar insectos. También se define como el sector de la cría y el procesado de los insectos tanto para el consumo humano como el animal. Los insectos como una fuente alternativa de proteína de cara a una nueva vía de alimentación. Organismos internacionales como la FAO, la ONU o la Comisión Europea, entre otros, llevan tiempo ya realizando campañas de concienciación ante la necesidad de desarrollar nuevos modelos alternativos y respetuosos con el medio ambiente para la obtención de alimentos. Y por ello, INSECTLIFE CORUÑA, se dedica a la cría y transformación a nivel industrial de insectos, en alimento para alimentación animal, humana y fertilizantes, además valoriza los residuos orgánicos procedentes de la hostelería y la degradación de los plásticos. Los insectos son la fuente de proteínas menos contaminante. Lo que se traduce en una menor emisión de gases de efectos invernadero y en un aprovechamiento casi total del insecto. A diferencia de los animales empleados en la ganadería tradicional, los insectos pueden criarse con poca agua, y con una huella ecológica mínima: según la FAO, los cerdos producen entre 10 y 100 veces más gases de efecto invernadero por kilo que los gusanos de la harina.

Mercado:

BENEFICIOS:

- Bajo consumo de agua.Baja emisión de gases con efecto invernadero. En contraposición con las granjas de cerdos, vacuno y ganado bovino y ovino, los insectos producen menos metano (CH4), dióxido de carbono (CO2) y óxido nitroso (N2O). Un ejemplo: un kilo de gusanos emite de 10 a 100 veces menos efecto invernadero que 1 kilo de cerdo. Así que, con las granjas de insectos, también, contribuimos a cuidar de nuestro planeta Tierra.
- Excrementos con alta biodegrabilidad en comparación con los producidos por los cerdos, vacas y aves. De hecho, el excremento en insecto es además rico en nitrógeno y puede utilizarse a su vez como abono.

Por todo esto los insectos son la fuente de proteínas menos contaminante. Este proyecto está en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS (hambre cero y producción y consumo responsable) de las Naciones Unidas, con la FAO y con la estrategia española de economía circular, donde se refleja la necesidad de reducir la dependencia del mercado exterior en la alimentación animal.

Creemos que la cría de insectos tiene un carácter innovador y presenta numerosas ventajas frente a otros productos de su categoría, como por ejemplo el menor riesgo de transmisión de enfermedades. A pesar de esto la idea de consumir insectos aún no está del todo implantada en la sociedad y podría resultar un inconveniente.

Ofreceremos una gama de productos que van desde los insectos vivos hasta la harina y piensos para mascotas.

Los procesos productivos tanto de las harinas de insecto como de los piensos no son muy complejos lo cual facilita la curva de aprendizaje inicial. Además estos no requieren inversiones altas. La construcción de una granja de insectos no es muy costosa ni requiere altos conocimientos, y la maquinaria se puede conseguir a precios muy competitivos.

Después de hacer el estudio de mercado y el plan económico financiero de este proyecto, consideramos que es una empresa viable y con muchas posibilidades de crecimiento.

Modelo de negocio: Para establecer una política de precios en la empresa se van a analizar diversos factores: objetivos de la empresa, costes, elasticidad de la demanda, valor del producto en los clientes, y competencia. A partir de estos se elegirá la política de precios más adecuada para los productos:

- Harina de tenebrio molitor: 27 euros/kg
- Fertilizante: 3 euros/kg
- Pienso para mascotas: 55 euros 10 Kg
- Larvas mosca negra: 49 euros/kg
- Larvas tenebrio molitor: 20 euros/kg
- Larvas Galleria mellonella: 20 euros/kg

Principales Métricas y/o Tracción:

Después de hacer el estudio de mercado y el plan económico financiero de este proyecto, consideramos que es una empresa viable y con muchas posibilidades de crecimiento. Puede encontrar información más detallada en nuestro plan de empresa que aparece en nuestra web.

Modelo de captación /crecimiento: Al disponer de productos muy diferentes, se segmentará el mercado para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes potenciales y así poder centrarnos en mercados más pequeños. Empezaremos con el segmento de la venta de harinas para la fabricación de piensos. Este, se segmentará a su vez, en harinas destinadas a cada tipo de ganadería para adaptar la composición a las necesidades de cada animal. Por otro lado, tendremos el segmento de alimentación de mascotas y fertilizantes, que se trata de venta directa al consumidor final. La distribución se realizará a través de nuestra página web profesional en la que nuestros clientes puedan conocernos ya que cada vez más personas compran a través de internet. En ella se da la información necesaria de nuestro proyecto y más adelante se podrán hacer pedidos online.

Equipo: Yoanny de Jesús de León, estudiante de gestión administrativa, con experiencia laboral como recepcionista entre otros empleos. Es la persona encargada de producción.

Laura Barreiro Mejuto, estudiante del ciclo de gestión administrativa, es una persona muy organizada y disciplinada. Su fuerte es la contabilidad.

Hugo García Alborés, estudiante del ciclo de gestión administrativa, le apasiona las redes sociales, es una persona muy creativa y se encarga del departamento de marketing y ventas.

Linkedin CEO: https://es.linkedin.com/in/yoanny-dejes%C3%BAs- 14a1b6ab?original_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

MyChoice2Pay

MyChoice2Pay

Vertical Fintech

www.mychoice2pay.com

Sector/es: Fintech

Tecnologia/s: SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: ABANCA Innova

Problema: En un mercado tan globalizado como el actual los métodos de pago también se han multiplicado, cada uno con sus ventajas e inconvenientes. Lo que puede parecer una ventaja para las empresas se ha convertido en un desafío que solucionar debido a que:

- Tienen que invertir grandes recursos en desarrollar integraciones para cada una de las soluciones.
- Existe una gran dependencia con el equipo de desarrollo lo que limita la agilidad en la toma de decisiones respecto a pagos.
- No tienen facilidades para adaptar los métodos de pago al cambio en sus procesos y flujos operativos.

Solución: Hemos creado una plataforma SaaS donde, con una única integración, las empresas pueden:

- Tener acceso a todos los métodos de pago que necesiten, personalizando la experiencia de pago de sus clientes.
- Realizar test A/B entre métodos de pago para descubrir los que mejor convierten.
- Activar y desactivar con un simple click los diferentes métodos de pago.
- Orquestar entre diferentes procesadores, gestionar marketplaces, suscripciones, pay- out, pago por enlace, SMS, QR, IVR, etc.

Mercado: Nuestra principal diferencia es permitir a nuestros clientes tener Orquestación de procesadores, todos los métodos de pago en un solo sitio, segmentación de audiencia y marketplaces a través de una sencilla y única integración. Además, este año también ofreceremos procesamiento de tarjeta propia de manera opcional a nuestros clientes.

Nuestros competidores solucionan estos problemas pero no todos a la vez, ya que los que tienen procesamiento de tarjeta no permiten orquestación, los que se centran en orquestación y tener todos los métodos de pago en un solo sitio no tienen la opción de marketplace, etc.

Modelo de negocio: SaaS:

- Por cada pago recibido en dependencia del volumen (máximo 10 cts EUR).
- Por funcionalidades adicionales como IVR, SMS, Marketplaces, etc.

Procesamiento:

- Obtenemos beneficios por los pagos procesados gracias a acuerdos con métodos de pago.

Marca blanca:

- Ofrecemos nuestra plataforma también como marca blanca.

Principales Métricas y/o Tracción: Hemos pasado de 5k pagos recibidos al mes en Enero de 2020 a más de 250k en este último mes de Marzo de 2023.

Si comparamos Q1 2022 con Q1 2023 tenemos un crecimiento del 216%.

Modelo de captación /crecimiento: Outbound sales (LinkedIn prospecting, Eventos)

Lead Nurturing (Email Marketing, Demos)

Tráfico orgánico (Blog, SEO)

Publicidad online enfocada principalmente en aumentar leads y reconocimiento de marca (Google Ads, LinkedIn, Revistas online)

Publicidad offline (Sponsors en eventos)

Equipo:

Abel Puentes

CEO / Founder

Lic. en Ciencia de la Computación, Master en Consultoría de Negocios usando las Tecnologías de la Información en la Universidad Francisco Vitoria y ThePowerMBA con experiencia en gestión de empresas y desarrollo.

Adrian Miranda

Product Owner / Co-Founder

Diseñador UX con experiencia en diseño de productos y servicios. Lic. en Diseño de Comunicación Visual en ISDi, Master en Marketing y Gestión Comercial en ESEM y Master en Experiencia de Usuario en EDIT Disruptive Education.

Aaron Pando

CTO / Co-Founder

Lic. en Ciencia de la Computación en La Habana con más de 12 años de experiencia en desarrollo.

Isabel Martin

Business development

Master en Gestión de Marketing y Marketing Online, Master en Gestión de Ventas y con experiencia en SEO y SEM.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/abelpuentes/

The Avatar Factory

Vertical Fintech

wetalakai.com

Sector/es: Fintech, Insurtech, Travel Tech/ Tourism, HR- Tech, Edtech, Logistic/Retail

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial, SaaS, AR & VR, Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: ABANCA Innova

Problema: La expansión del uso de IA e IA generativa han hecho que muchas labores desarrolladas por los humanos vayan a ser realizadas parcialmente por IAs funcionales. Para que estas "maquinas" puedan operar de forma eficiente en un mundo humanos deben poder comunicarse con los humanos tal y como los humanos nos comunicamos. Sin esta humanización de las maquinas la comunicación entre humanos y maquinas es deficiente ya que carece del lenguaje no verbal imprescindible en la conexión emocional y la empatía.

Solución: The Digital- Human Labor Force.

Nuestra solución humaniza la automatización mediante una fuerza laboral de humanos digitales con apariencia y comportamientos verdaderamente humano, pre entrenados para cumplir con labores específicas automatizadas por la IA en las principales verticales con niveles de eficiencia y eficacia muy superiores a los de cualquier empleado. Estor humanos digitales poseen capacidades de comunicación verbal y no verbal con los humanos generando elevados niveles de empatía y engagement.

Mercado: Actualmente las soluciones de Humanos- Digitales interactivos en tiempo real carecen de expresión no verbal automatizada y sincronizada con la IA, lo que les hace naces de generar confianza y empatía en las relaciones con los humanos. Una segunda razón es que la competencia opera en streaming, lo que supone un coste de uso excesivamente elevado para ser usado por las empresas y marcas de manera abierta.

Modelo de negocio: Es un modelo de negocio basado en un coste de suscripcion del Humano- Digital y el volumen de uso mensual que cada cliente le de.

El coste de contratación anual de un humano- Digital son 18K euros de suscripción incluyendo 30K conversaciones al año (2.500 conversaciones al mes). Las conversaciones adicionales varían entre 0,4€ y 0,10€ conversación por conversación adicional.

El coste de contratación de un Digital- Human Labor Force es un coste de suscripción de 30K incluyendo 30K sesiones, y un coste adicional por sesión que en función de volúmenes oscila entre 0,5€ y 0,3€ por sesión.

Principales Métricas y/o Tracción: Hemos desarrollado los primeros casos de uso y gererado primeros ingresos.

IMC Toys - la primera muñeca avatar con las que IMC inaugura una nueva dimensión del juego interactivo y one2one. Lanzada en 5 palies.

RTVE - Primer presentador virtual interactivo face2face en real con los usuarios creado en Europa para un canal de TV.

LINGUISTIC FACTORY - Primer asistente humano digital con inteligencia emocional entrenado para operar con GPT.

Actualmente estamos trabajando POCs con las siguientes verticales:

- Banca - Abanca
- Retail - Chedraui (Mex)
- RRHH - HRBot Factory
- Healthcare - Menttum (SmyGroup)
- eSports - RM
- Eventos - LaFede
- Milestones 2023:

Lanzados y operando 5 casos de excito en 5 verticales clave

Lanzada y operando plataforma autogestionable de Humanos- Digitales con catalogo de 10 humosos digitales foto realistas e IA agnósticos con personalizaciones de pelo, ropa, complementos. ojos, color piel, ...

Lanzada y operando Digital- Human Labor Force Platform en 5 verticales.

Milestone 2024

Lanzamiento plataforma de Humanos digitales y Digital- Human Labor Force en mercado USA.

Modelo de captación /crecimiento: El modelo de expansión es el desarrollo de casos de uso de éxito con Humanos- Digitales Labor Force con alta escalabilidad en las principales verticales con players top en cada una de ellas. Estos casos de éxito son utilizados para generar atracción y tracción en cada vertical a nivel internacional.

Por otro lado la plataforma permite a cualquier empresa, desarrollador, integrador o consultor ponerle cara y comportamiento humano a su desarrollo tanto de IA conversacional como IA generativa (GPT). Al ser un modelo de plataforma SDK autogestionable y agnóstico, el cliente puede personalizar en aspecto y fondo el humano digital que quiere utilizar para una IA concreta.

Equipo: El equipo está compuesto por destacados ingenieros fullstack, frontend y backend provenientes del mundo de la animación 3D y del desarrollo de plataformas interactivas en real time, 3D Artist diseñadoras de apariencia humanas, expertas en lenguaje y comunicación no verbal, morfosicologas y creativos expertos en diseño UI y UX.

Nuestro CTO, Santiago Lopez, proviene de Adidas internacional donde estaba la frente del área de diseño 3D.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/jos%C3%A9-mar%C3%ADa-pjol 89070212/

Berce

Vertical Fintech

www.abeiroderehabilitacion.com

Sector/es: Proptech, Other

Tecnologia/s: Big Data

Aceleradora/Programa de aceleración: Viaexterior

Problema: En el mercado inmobiliario no se ofrece un servicio completo. Únicamente ofrece propiedades. Para aquellas personas que viven en el extranjero, y quieren una vivienda en Galicia, además de contactar con una inmobiliaria y un estudio de arquitectura, también tienen que hacerlo con una constructora para aquellas propiedades que requieran de construcción / rehabilitación.

Solución: Berce ofrece los tres servicios con un único interlocutor. Además de ofrecer propiedades, diseñamos el proyecto de la futura casa/piso/inmueble y además lo construimos. Ideal para una persona que reside en el extranjero.

Mercado: El mercado no ofrece un servicio único a aquellas personas que residen en el extranjero. Por lo tanto el cliente tiene que contactar con 3 entidades distintas, invirtiendo tiempo y suponiendo un incremento en costes. Nuestro modelo de negocio dirige al cliente desde la elección de la propiedad al presupuesto que tiene el cliente para la compra y construcción de su casa. Al además ser diseñador de proyectos y constructora, asesoramos desde el principio en términos económicos al cliente, consiguiendo que las desviaciones de presupuestos sean las mínimas.

Modelo de negocio: Captación de financiación y programa de subvenciones para acompañarlo, no vinculante.

Principales Métricas y/o Tracción: Nuestra experiencia parte de la empresa Abeiro, a través de la cual se crea Berce. Abeiro, nuestra constructora, ha consolidado su experiencia en el sector ofreciendo un servicio técnico y de calidad. Captamos clientes que quieren diseñar su proyecto y ejecutar la construcción con nosotros. Los clientes nos han contactado desde UK, USA y Suiza mayoritariamente. El objetivo está cubierto casi en su totalidad. Ofreciendo las propiedades, conseguiremos acompañar al cliente desde el comienzo de todo el proceso inmobiliario.

Modelo de captación /crecimiento: Nuestro modelo de negocio se basa en la captación de clientes vía marketing digital y además con acciones comerciales en aquellos países en los que se decida vender nuestros servicios vía centros gallegos de emigrantes.

Equipo: Dirección por José Quintás, previa experiencia en mercados internacionales en distintas compañías durante más de 10 años.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/jos%C3%A9-quint%C3%A1s-cardama-a0292610

the circle ideas

Vertical Horizontal- Xtech

www.groovland.es

Sector/es: Logistic/Retail
Tecnologia/s: AR & VR, Big Data, Blockchain, Cybersecurity, SaaS
Aceleradora/Programa de aceleración: Viaexterior
Problema: Modelo de ecommerce agotado, nuevo paradigma para el comercio digital - - > metaverso
Solución: desarrollo de tiendas virtuales
omnicanalidad 360
capa 1 tiendas físicas
capa 2 ecommerce
capa 3 tiendas virtuales
Mercado: océano azul
Modelo de negocio: MaaS, Metaverse as a Service, modelos de suscripción
Principales Métricas y/o Tracción: puesta en el mercado de ecommerce tradicional
acuerdos con los principales fabricantes de productos para mascotas
tecnología desarrollada en 90% (core motor grafico descentralizado)
Modelo de captación /crecimiento: mismos canales que woocommerce, shopify, magento, etc
Equipo: Raul Touza David
Ricardo Rodriguez
Alejandro Bonin
Hector
Santiago
Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/raultouzadavid/

Fabrcia Golosinas Mininolas

Vertical Horizontal- Xtech

www.mininolas.com

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: Viaexterior

Problema: Hay una gran demanda de gominolas funcionales y muy pocas fabricas que las puedan desarrollar.

Las fabricas de gominolas en España hacen principalmente sus producciones y no realizan proyectos para terceros.

Nuestro problema concretamente es que durante los dos últimos años hemos perdido varios proyectos muy interesantes por no tener fabrica propia, y hemos perdido a clientes porque las fabricas con las que trabajamos están tan saturadas que dan un servicio muy mejorable tanto en precio como en desarrollos de nuestros productos

Solución: Crear nuestra propia Fabrica de Gominolas, después de mas de 10 años en el sector, tenemos muchos contactos en el sector tanto en España como en otros países y existe una demanda alta en gominolas sin azúcar, y gominolas funcionales.

Nuestra fabrica se centrara en poder fabicar gominolas sin azúcar, nuestras marcas propias de gominolas funcionales: Vitanolas y proyectos para terceros, donde se están incluyendo probióticos, plantas con beneficios, vitaminas... a las gominolas, para poder presentar un producto con beneficios fáciles de ingerir, amigable e incluso disfrutar del momento porque el sabor de la gominola es muy bueno.

Mercado: Las fabricas dan prioridad a sus marcas propias y muy pocas hacen producciones para terceros, por lo tanto cuando alguien quiere realizar un desarrollo en las fabricas actuales, lo tiene muy complicado.

Es un mercado al alza y en España se ha dado una curiosidad, es un mercado muy maduro en el mundo de las golosinas, ya que hay grandes marcas y fabricas a nivel mundial, pero que no se plantean fabricar proyectos distintos.

Nosotros queremos aportar esa solución, poder desarrollar productos para terceros en formato gominola, con un buen servicio, agilidad y asesoramiento al cliente

Modelo de negocio: Tenemos el 50% de la inversión en capital social, y el 50% restante lo esperamos conseguir a través de subvenciones, nos han concedido ya Galicia Exterior, hemos pasado a la siguiente fase de Vía Galicia, y estamos en el GDR Baixo Miño.

Lo que no consigamos en subvenciones lo esperamos cubrir con créditos bancarios, los cuales ya estamos estudiando con 2 instituciones bancarias.

Principales Métricas y/o Tracción: El año pasado tuvimos una facturación de 140.000 euros y este año esperamos tener un crecimiento de un 35% llegando a una facturación de 220.000 euros, nuestro objetivo para 2024 con la fabrica ya montada seria llegar a una facturación de 300.000 euros.

Al tener 3 tipos diferenciados de clientes, tenemos que hacer 3 distintos LTV

- Clientes finales, web: 1.400
- Clientes distribuidoras: 21.568
- Clientes marcas propias: 82.860

Nuestro objetivo de aqui a 5 años, será llegar a una facturación de 1M de Euros, trabajando en la evolución de estos tres sectores de clientes tanto en España como en el extranjero.

Modelo de captación /crecimiento: En este momento estamos comercializando estos productos, por lo tanto tenemos 3 grupos de clientes diferenciados

- Canal distribución de gominolas sin azúcar, actualmente estamos creciendo en este canal a través de distribuidoras de tiendas de gominolas, es un nicho de mercado que esta creciendo y que actualmente tiene mas demanda que oferta, creemos que es un mercado que tiene un gran potencial para nuestra fabrica, el margen en este producto es mas estrecho pero lo compensamos con un potencial gran volumen.
- Canal farma, para nuestra marca de Vitanolas, actualmente estamos trabajando con 3 distribuidoras de Parafarmacias, Perfumerias Arenal, y una distribuidora Farmaceutica.
- Desarrollo de productos para terceros, es una linea de negocio que tiene un gran potencial, hemos conseguido sacar 3 proyectos en el ultimo año de este tipo de productos, a través de fabricas externas, pero con grandes problemas.

Hemos perdido mucho proyectos interesantes por no tener fabrica propia y versatilidad para dar soluciones a estos clientes interesados.

Equipo: El equipo esta compuesto por Jorge Nuñez, arquitecto técnico con amplia experiencia en gestión de obras y personal tanto en España como en Chile.

Desde hace mas de 10 años en el sector de las gominolas, importante, exportando y desarrollando productos de gominola desde el año 2017, entre ellos la primera gominola sin azúcar.

Por Mercedes Toscano, licenciada en derecho, master en Bolsas y postgrado en Finanzas, fundadora de Golosinas Mininolas Chile, y con experiencia en el sector de las gominolas desde el año 2012.

Ambos tienen un gran conocimiento del mercado, y han visitado varias fabricas en España y hemos sido clientes de la mayoría de ellas.

Al equipo se unirán 2 operarios para llevar a cabo la fabricación y un ingeniero químico para desarrollar nuevas formulaciones a través del equipo de I+D

Contamos también con 2 colaboradores comerciales,

Janice Carver, para el canal farma, excofares, con grandes conocimientos del sector y contactos.

Mario Santos, para el canal distribuidoras de gominolas, ex trabajador de la empresa Fini, con grandes contactos en el mundo de la gominola.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/mercedes-toscano-varela-33379147

KEYBIOLOGICAL SL

Vertical Horizontal- Xtech

www.keybiological.com/

Sector/es: Bio/Pharma Tech

Tecnologia/s: IoT

Aceleradora/Programa de aceleración: Viaexterior

Problema: Las patologías de piel son cada vez más frecuentes. Los ingredientes químicos funcionan pero poseen contraindicaciones para la piel y el medio ambiente.

Solución: Ofrecemos ingredientes naturales con eficacia contrastada y sin contraindicaciones

Mercado: Los laboratorios fabricantes de cosmética buscan ingredientes naturales funcionales para resolver patologías graves de la piel, actualmente existen muy pocas opciones. Nuestra solución es natural, sin contraindicaciones y presenta una actividad regenerante y antiedad con resultados mejores o iguales que otros activos más costosos y complejos.

Modelo de negocio: El precio de compra de la materia prima oscila entre 1€ a 7€ en aceites de girasol y oliva, reciclados o extra virgen.
El gasto del procesamiento medio de los ingredientes ronda los 12,5€
Nuestro precio medio de venta de los ingredientes ozonizados para cosmética y food es de 55€.
Nuestra referencia Vytrus Biotech comercializa sus activos a 300€ de media, teniendo en cuenta que el porcentaje necesario según validación científica es de 1% en formulaciones y que nuestro porcentaje medio es de 3% en formulaciones podemos aumentar los precios de venta a distribuidores en un 40% cuando instalemos el equipo de microencapsulación y dispongamos de la nueva zona de producción.

Principales Métricas y/o Tracción: 669.000€ de facturación en 2022. Crecimiento medio del 22%/año desde el 2016.
Coste alto de adquisición de clientes frente a elevada recurrencia de las compras de los mismos. Crecimiento moderado y continuo de los clientes recurrentes. Clientes fidelizados y con poca pretensión de cambio.
Milestones:

- Adquisición del primer laboratorio profesionalizado de ozonización de aceites
- Presentación de patente europea
- Certificación GMP, ISO9001 y ECOCERT
- Ventas en USA, Ecuador, El Salvador, Corea del Sur, Colombia, Malasia.
- Validación de estudios in vitro
- Procesamiento de residuos oleosos para la creación de ingredientes cosméticos

Modelo de captación /crecimiento: A través de ferias de cosmética y misiones comerciales in vivo y virtuales. Vamos a contactar a distribuidores de ingredientes en todo el mundo.

Equipo:
Juan Fernández
Fundador CEO / Biólogo
+ 10 años de experiencia en gestión de equipos y proyectos en el farmacéutica y biotecnología
www.linkedin.com/in/juanfernandezkeybiological/
Óscar González
CTO / Biólogo
25 años de experiencia en laboratorios químicos y moleculares sector de análisis. Directora de Laboratorio
www.linkedin.com/in/%C3%B3scar- gonz%C3%A1lez- pere-637563165/
Fran Álvarez
director de marketing
Experto en RRSS y marketing digital. Responsable de las relaciones con distribuidores y logística.
www.linkedin.com/en/fran- alvarez- dominguez/
Clara Franco
Gerente de Exportaciones / Ingeniero Químico
Responsable de Expansión Internacional
www.linkedin.com/en/clara- franco- 32646a151/
Carlos Gago
Ayudante Administrativo
27 años de experiencia en gestión administrativa
Tamara Cameselle
Jefe de almacén / Auxiliar de farmacia
2 años de experiencia en puestos de responsabilidad en farmacéutica almacenes
www.linkedin.com/in/tamara- cameselle- alonso-11a248138/
Mirian López
KAM / Bióloga
Responsable de la expansión comercial España

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/juanfernandezkeybiological/

Pluggable.AI

Vertical Horizontal- Xtech

www.pluggableai.xyz/

Sector/es: Media, Other

Tecnologia/s: DeepTech

Inteligencia Artificial

Aceleradora/Programa de aceleración: Startup Braga

Problema: There is, currently, a huge problem with notification systems: a notification sent at the wrong time has quite low chances of being opened, significantly decreasing the overall performance of the campaign, no matter how well- crafted the notification is and how attractive the sale is, the user will likely forget about it! Push Notifications sent at the wrong time can be perceived as spam by many users, creating an image of a brand that doesn't consider the needs of its users, and eventually, to uninstall your app and you will lose customers! These types of notifications can easily become an annoying distraction for users. In fact, recently, it was shown that over 50% of app users claimed that push notifications are annoying and intrusive, while nearly 40% claimed that they disturbed them at the wrong time. This leads to a decreased user engagement rate and lack of interaction with the received notification, making thus the campaigns irrelevant. On the contrary, knowing when to engage and send push notifications leads to an increased user engagement, higher app retention and push reaction rates, and satisfied users, thus creating a positive brand association. The secret here is knowing WHEN to engage! Pluggable's technology allows companies to easily find the answer to this secret.

Solución: Smartphones have not only changed the way we live our lives, but also the way business is made. An usual form of communication is through push notifications, a powerful marketing tool with conversion rates higher than e-mails and SMSs. However, notifications sent at the wrong time have very low chances of being opened, i.e., no matter how well-crafted the notification is and how attractive the sale is, the user will forget about it or will perceive it as spam! On the contrary, knowing when to engage leads to an increased user engagement, higher app retention and push reaction rates, and satisfied users, thus creating a positive brand perception. The secret is knowing WHEN to engage! Pluggable works with the concept of meaningful mobile engagement. In fact, Pluggable has a technological solution in the form of native software development kits (SDKs) that, using AI and non-intrusive smartphone sensors, allows companies to engage with each individual smartphone user at the best time for each person (think of a mail man that only delivers you letters when you are at home)! For Pluggable, being non-intrusive is mandatory, with our solution guaranteeing that the users' privacy is fully respected. Our solution can be incorporated, by any mobile app, adding a layer of intelligence to that mobile app. A web platform, known as Pushy, is also available to our customers, allowing them to create smart push campaigns.

Mercado: There is, currently, a huge problem with notification systems: a notification sent at the wrong time has quite low chances of being opened, significantly decreasing the overall performance of the campaign, no matter how well-crafted the notification is and how attractive the sale is, the user will likely forget about it! Push Notifications sent at the wrong time can be perceived as spam by many users, creating an image of a brand that doesn't consider the needs of its users, and eventually, to uninstall your app and you will lose customers! These types of notifications can easily become an annoying distraction for users. By disrupting current digital communication strategies, we allow the industry and companies to communicate efficient and effectively, thus increasing user engagement, app retention, and push reaction rates. Indeed, a company just needs to decide that it wants to contact its customers and our technology itself will deliver the notification at the best time to each individual user.

Modelo de negocio: We have a B2B perspective, i.e., Pluggable's customers are companies that have their own mobile app and communicate with their customers. Their goal is to communicate efficient and effectively, i.e., to increase push reaction rates, user engagement, and app retention rates.

Principales Métricas y/o Tracción: Having been founded recently (November 2022), Pluggable.AI is now focused on customer acquisition since our technology is production ready. In fact, in the last weeks we have been in contact with potential clients. We started by contacting companies that are part of the ecosystem to which we belong, namely Startup Braga, InvestBraga, Startup Portugal, and Portugal Ventures making it easier for us to enter the market. In fact, we already had the chance to show our solutions and prepare pricings for multiple national and international customers such as SC Braga, Páginas Amarelas, Fidelidade, Zurich, CTT, among others.

Modelo de captación /crecimiento: Since our freemium business model is based on a B2B perspective, the way to communicate and reach our customers will mainly focus on our own channels in order to establish deeper and profitable relationships. For that, we are currently launching regular updates in social media networks, we have defined a unified visual brand, we are intensively using social media, and we strongly believe in word of mouth. The expectation is to acquire multiple national and international customers in the next months. We expect to take advantage of partnerships with entities such as Startup Braga, InvestBraga, Startup Portugal, and Portugal Ventures, with which we are now closing an investment agreement. As our connections increase, so does the potential to acquire new customers. We also expect to ally with partners through strategic alliances between non- competing entities and through the development of new businesses.

Equipo: Pluggable.AI is currently made of five people, having two founders. Bruno Filipe Martins Fernandes, co-founder and CEO, has a Ph.D. artificial intelligence-specialized, being also a Professor at the Department of Informatics of the University of Minho. Ana Bela Saraiva de Campos, co-founder and COO, Ph.D. neurosciences-specialized, holds a B.Sc. in Biochemistry and a Master's in Molecular Medicine and Oncology from the Faculty of Medicine at the University of Porto. Pluggable.AI emerged as a result of the scientific research performed by the founders, which was awarded with the prestigious IBM Award of Scientific Excellence in 2020. Among others, Bruno has also received, in 2021 and again in 2022, the Diploma of Recognition of Pedagogical Merit, awarded by the Presidency of the School of Engineering at the ceremony of its anniversary, which recognizes pedagogical merit and quality in lecturing activities. Three more people are part of Pluggable. Catarina Moreira is the Head of Growth, being responsible for identifying growth opportunities and implementing strategies to drive Pluggable.AI's success. Filipe Rebelo and Rui Costa are Pluggable's backend and frontend engineers, respectively.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/brunofernandescv/

UpValue - Circular Solutions

Vertical Horizontal- Xtech

https://upvalue.pt

Sector/es: Energy/Sustainability/Water

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial

Aceleradora/Programa de aceleración: Startup Braga

Problema: Industrial companies are exposed to price volatility and raw material shortages. At the same time, they continue to waste potential resources in the form of waste, having difficulties in their own management.

Solución: Upvalue is a B2B waste marketplace. It has a set of specialized partners that support users in various areas such as: logistics, tests and trials, R&D+I, legislation, among others. The marketplace will feature an AI algorithm that identifies potential recovery solutions for user waste.

Mercado: The existence of waste markets is very focused on specific verticals (plastics, metals, etc.). Our marketplace differs from most in the sense that it is horizontal to all categories of waste, with an AI tool that allows identifying solutions for each waste.

Modelo de negocio: We have a subscription model with different premium levels. As direct intervention by the team is required, the price increases considerably. In the future, we want to monetize the data we are generating with the AI algorithm and identifying the waste stream derived from transactions within the platform.

Principales Métricas y/o Tracción: Number of users, premium subscriptions, number of transactions carried out in the marketplace.

Modelo de captación /crecimiento: We have two distinct types of customers: industrial companies and recyclers. The dissemination strategy among industrial companies is through sectoral associations, adopting a strategy of benefits for their members. Recyclers, who are fewer in number, will take a more direct approach. In the future we intend to expand within the European continent given the similarity of laws related to waste. The priority countries are: Spain, England, Türkiye and Germany.

Equipo: The founding team is multidisciplinary, including people related to the Circular Economy and Sustainability, Innovation, Coordination of political positions in territory management, R&D in polymeric materials, Data Science, Biotechnology, etc.

Linkedin CEO: linkedin.com/in/tomás- vasconcelos- 46201a14b

Birdie

Vertical Horizontal- Xtech

www.birdie.com.pt (under construction)

Sector/es: Travel Tech/ Tourism

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial, AR & VR

Aceleradora/Programa de aceleración: Startup Braga

Problema: Video is the format that is growing more rapidly on the internet and social media. People love creating and sharing videos, especially when on vacations. Did you know that 97% of millennials say they share this type of content when traveling? However, creating high quality videos is out of reach for virtually anyone: it's very time consuming, it demands very specific skills, and it's overall a tiresome process. Birdie is the go-to app to create high quality videos of your vacations, effortlessly.

Solución: The Birdie App solves these problems with an app that:

1) allows anyone to create high-quality videos of their vacations, even if they possess no editing or filming skills;
2) does so through a quick, convenient, and entertaining city exploration game;
3) and all of this via a very affordable price.

Mercado: Currently the best options in the market to create high quality videos of vacations are traditional "movie making apps" (e.g., Magisto, EasyCut), from which Birdie differentiates by:

1) Democratizing the access to high-quality videos - videos created with our competitors' solutions are only as good as your skills to film and edit. With Birdie, your videos are always perfect, regardless of your skills.
2) Focusing on the tourism industry - although people will very often use our competitors' apps in a tourism context, their products are not oriented towards that industry. With Birdie, creating a high-quality video-memory of your vacations is a fun city exploring gamified activity of learning more about the city you're visiting.

Modelo de negocio: We operate both as a B2C and B2B model:

- B2C: free app, and users will pay for each video they wish to create (price: 14.90 eur/video). When we reach a critical mass, other revenue streams will be available such as: a subscription model; using the city exploring component of the app to drive traffic to local partners; etc
- B2B: tourism providers will pay a monthly fee to have our service available at their venues, with shared revenue of each unit bought. Tourism providers benefit from a highly differentiating activity for visitors and an ongoing organic, high-impact, campaign on social media from the videos posted by their visitors.

Principales Métricas y/o Tracción: Previous iterations of the product got over 1000 customers and 30k euros in revenue.

Finalists of:

* Discoveries (Fábrica de Startups)
* Acceleration Program (Startup Braga)
* iTech Tourism (Startup Braga)

Modelo de captación /crecimiento: Our growth strategy has three main pillars:

1) Acquisition loop that grows with our highly shareable videos. Due to the high-quality of our videos, users will share them on social media, which will attract new users that also want to create high-quality videos of their vacations. This acquisition loop follows as similar strategy used by TikTok.
2) Strategic B2B partnerships. Our value proposition of seamlessly creating high-quality video-memories is very attractive to tourism providers such as museums and amusement parks (our "video-souvenirs" are a paradigm-shift vs the typical photo-souvenir). These partnerships are more than a revenue stream, but will also leverage our growth.
3) Social media presence & influence marketing. Partnering with ravel influencers and content creators (more than burning cash on ads) to broadcast the Birdie App to their followers.

Equipo: Ruben Magalhaes - CEO, Co- Founder. Creative & ambitious mindset and self-taught filmmaker w/ an amazing sense for aesthetics. Co-created Make Notes (later acquired by Sonae)

Tiago Aguiar - CPO, Co-Founder. Experienced Product Manager & CSPO with an entrepreneurial spirit. Managed Continente Siga -an AI-baset shopping assistant app (Android/iOS) with over 100k users

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/r%C3%BAben- magalh%C3%A3es/



Harpia Software

Vertical Horizontal- Xtech

https://harpia- software.com/

Sector/es: Fintech, Other

Tecnologia/s: Robotic, Inteligencia Artificial

Aceleradora/Programa de aceleración: Conector Startup Accelerator

Problema: Las empresas de menor tamaño no pueden dedicar más recursos a crecer porque pierden mucho tiempo en tareas repetitivas de poco valor. Queremos liberar el potencial de las empresas en crecimiento a través de la robotización de sus tareas repetitivas, que aún siendo necesarias en el día a día, no aporta nada que las haga una persona.

Solución: Dar acceso a la tecnología RPA a toda empresa que quiere crecer y ser más competitiva, a través de una suscripción de automatizaciones "no code" ya configuradas en nuestro software.

Mercado: En España, más de 1.900 millones de horas a automatizar anualmente, con un importe aproximado superior a 5.700 millones de euros. Si incorporáramos las 5 principales economías latinoamericanas, multiplicaríamos por tres la oportunidad económicamente.

Modelo de negocio: 50€/mes por robot preconfigurado.

Principales Métricas y/o Tracción: Hemos empezado a facturar en febrero. Ahora contamos con 4 clientes.

Modelo de captación /crecimiento: Por un lado desarrollaremos una máquina de ventas con un equipo de SDRs que generarán los leads para venderles los robots preconfigurados.

Por otro lado, para desarrollos de robots a medida, tendremos nuestro canal de partners.

Equipo: Los dos socios emprendedores tenemos amplia experiencia en la tecnología RPA, participando en los proyectos más relevantes del país. Juan Rodríguez es el padre técnico de la "criatura" y Txema Fernández se dedica más a las operaciones y a dirigir el cotarro.

En diciembre incorporamos al proyecto como CRO a Ignacio Riera, que ha estado algo más de 4 años en UiPath, líder mundial del mercado, con experiencia en departamentos de ventas de grandes fabricantes.

En todo este camino nos ha acompañado Carlos Serrano, abogado y emprendedor, que nos ha ayudado mucho en sus temas.

Juan, Ignacio y Txema están involucrados al 100% en el proyecto. Carlos nos ayuda con los temas legales y financieros.

Todo el equipo ha tenido, al menos, alguna experiencia emprendedora en su carrera.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/txemafernandez/

Ditto Educación S.L.

Vertical Horizontal- Xtech

https://ditto.education/

Sector/es: Edtech

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial

Aceleradora/Programa de aceleración: Conector Startup Accelerator

Problema: Ditto nace con el objetivo de convertirse en una solución al problema global y creciente del uso excesivo de las pantallas entre los niños y niñas, de cuyas consecuencias ya están alertando los científicos y la OMS. Algunos estudios empíricos han demostrado que los niños que utilizan en exceso las pantallas tienen un peor rendimiento académico y un desarrollo cognitivo deficiente, que tendrá consecuencias en etapas posteriores.

Por el contrario, el audio, según los científicos, actúa sobre determinadas zonas del cerebro y es un extraordinario potenciador de la creatividad, la imaginación, la concentración, el vocabulario, la comprensión y la memoria en las edades más tempranas.

Solución: Ditto es una plataforma de audio que divierte y enseña a niños y niñas de 0 a 9 años con audiocuentos, podcasts y música, y con contenidos en inglés. Una SaaS EdTech con un modelo de negocio B2C, B2B y B2B2C, nuestra misión es ofrecer a padres y educadores una solución al problema del uso excesivo de las pantallas en las edades más tempranas. Diseñada por expertos y neuroeducadores, con contenido original y sin publicidad, Ditto es segura, fácil de usar y con un amplio catálogo de audiocuentos, podcasts y música que se incrementa cada semana. Además, cada audio incluye una ficha de neuroeducadores con los beneficios para el aprendizaje y desarrollo cognitivo del niño o la niña.

Mercado: Las ventajas competitivas de Ditto respecto a los competidores:

1) La plataforma está enfocada exclusivamente a los niños y niñas.
2) Todos los contenidos están categorizados para la edad exacta de cada niño o niña.
3) Utilización de Inteligencia Artificial y Machine Learning para sugerir contenidos.
4) Participación de neuroeducadores (Cátedra de Neuroeducación de la UB) en todo el proceso productivo: supervisión, categorización y elaboración de una ficha sobre los beneficios cognitivos de cada audio.
5) Calidad de los audios superior a lo que ofrece ahora el mercado. Los audiocuentos y podcast no son leídos, sino interpretados y dramatizados por actores profesionales; los audios están grabados en estudios de grabación y sonorizados por profesionales expertos en la creación de imágenes auditivas y emociones en las niñas y los niños.
6) Los contenidos estarán en los idiomas español e inglés, y en el idioma local de los mercados en los que pretendemos estar.

Modelo de negocio: Plataforma SaaS con una suscripción mensual o anual B2C, B2B, B2B2C para familias, centro educativos y empresas.

El precio de suscripción para familias es 5€ / mes. Para centros educativos y empresas, el precio de suscripción dependerá del número de clientes.

Principales Métricas y/o Tracción: 480 usuarios registrados en Ditto en dos meses. Un 77% utilizan activamente la plataforma. Los audios disponibles gratuitamente tienen una escucha, en algunos casos, de 10 repeticiones de promedio.

Ditto ha salido al mercado hace escasamente 3 meses y con una inversión en marketing de solo 1.500€.

Modelo de captación /crecimiento: Estrategia de ventas:

- En el modelo B2C nuestra estrategia de ventas es atraer a la suscripción utilizando diversos canales, digitales y analógicos. Y, por supuesto, el crecimiento orgánico.
- En el modelo B2B, establecer contactos con grandes corporaciones para ofrecer Ditto, bien sea a empleados o a clientes.
- En el B2B en centros educativos, ofrecer material pedagógico adicional que ayude a los profesores en su labor educativa.
- En el B2B2C, desde los propios centros, propiciar un crecimiento orgánico entre los padres, apoyándonos en la calidad de nuestro producto y en las fichas para los alumnos.

Estrategias de marketing:

- Campañas pagadas en RRSS
- MGM
- Medios de comunicación (entrevistas)
- Folletos
- Influencers
- Eventos infantiles

Escalabilidad: tenemos identificados 11 países más para escalar internacionalmente. Ya tenemos contenidos en inglés y vamos a producir audios en otros idiomas. También podemos extender el rango de edad hasta los 12 años.

Equipo: Luis Rodríguez Pi, (ESADE, UAB), Líder de Proyecto y Especialista en Productos: Casi 40 años haciendo radio; 11 años como Director de Programas en la Cadena SER. 12 años como profesor universitario en la UAB.

Alfonso González Molina, (IE, Deusto, Universidad Politécnica), Especialista en Tecnología: Más de 30 años de experiencia en gestión y consultoría tecnológica en Grupo Prisa e Indra.

Fiona Moul, Administradora Única, (Universidad de Edimburgo) Especialista en Educación: Amplio conocimiento del consumo de audio infantil en el mundo de habla inglesa y más de 15 años de experiencia enseñando inglés.

Belén Medina Cierco, (IE, Deusto, The Valley Digital Business School, Universidad Complutense), Especialista en Finanzas y Operaciones: Más de 25 años trabajando en diferentes puestos operativos en la Cadena SER.

Linkedin CEO:

www.linkedin.com/in/llu%C3%ADs-rodr%C3%ADguez- pi- 97270233/

Circoolar Ethical Workwear SL

Vertical Horizontal- Xtech

https://circoolar.es/en/

Sector/es: Fashion, Social Impact/Humanitarian Technologies

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: Conector Startup Accelerator

Problema: El textil es el nuevo plástico. Así como las empresas comprometidas se volcaron a combatir el residuo plástico, ¿cómo vestirán a sus empleados cuando la nueva regulación EU del textil en 2025 imponga nuevas reglas y paradigma?.

Solución: Circoolar ofrece ropa laboral ecológica y ética. Bajo los principios de la economía circular, las empresas pueden "close the loop". Prendas recicladas y orgánicas, producidas bajo condiciones dignas de trabajo y residuo cero (eco-diseño y recogida post-consumo). Ayudamos a las empresas a vestir sus valores de sostenibilidad.

Mercado: Circoolar es la única empresa especializada en ropa laboral con certificación Bcorp donde el 100% de la oferta es sostenible o de impacto social. Con nuestro servicio de recogida post-consumo, los clientes pueden dar una segunda vida a sus uniformes transformando las prendas en nueva uniformidad o merchandising textil. Es una propuesta disruptiva en el mercado de ropa laboral.

El mercado está valorado en €960M con crecimiento europeo anual de 4.8% con players B2B o B2B2C que ofrecen colecciones (no superando más del 9% del total) con algún criterio eco-friendly (Norvil, Garys). A su vez, están las empresas de moda sostenible B2C que hicieron algunos pinitos en laboral como Ecoalf.

Modelo de negocio: Circoolar carga un MB de aprox. 30% a la prenda acabada. Trabajamos con clientes directos por los recursos actuales, aunque estamos valorando trabajar primero con distribuidores, y segundo, a futuro con una plataforma ecommerce.

El ticket medio en ropa laboral es aprox. para clientes pequeños entre €5k y €10k; clientes medianos hasta €200k; y los grandes clientes que superan los tenders de +€1M a donde todavía no podemos acceder por falta de recursos o bien, de la mano de un partner con producción masificada.

Principales Métricas y/o Tracción: Circoolar, Ethical Workwear and the first certified Bcorp workwear company in Spain.

Awards: In 2021, Circoolar was the start-up chosen globally for the Bupa-Sanitas global Eco-disruptive programme. In 2022, we were the winning start-up in the BASF Circular Economy awards and was selected as one of Caixa Bank's responsible SMEs at the Night of the Entrepreneur (organised by the employer's association CECOT).

Results in turbulent years: Following Circoolar's incorporation in January 2021 (we previously invoiced as a sole trader), we raised €200K of private and public investment by the middle of that year and achieved a turnover of €96K. In our second year, despite the rising price of raw materials, the consequences of the war in Europe and the energy crisis, we increase +62% our turnover (€253k Y22), with more than 30 clients, including well- known names such as Sanitas, Isdin, Áreas or Flax&Kale.

Modelo de captación /crecimiento: Actualmente trabajamos con cliente directo mediante campañas de captación con criterios cualitativos: redes sociales principalmente LinkedIn, posicionamiento digital, campañas de PR, emailing. A nivel de Public Affairs Circoolar es socio colaborador de eventos tales como South Summit ('22) o Sustainable Brands, Comunidad Bcorp, Restaurantes Sostenibles, Restauración Colectiva, Gremi de Hoteles de Barcelona, entre otros.

En cuanto a la expansión prevista con la ronda: contratación de perfil comercial grandes cuentas (actualmente en proceso de entrevistas) para aumentar los tickets de compra a +€200k. Aumentar la inversión en marketing digital y marketing 360º (ferias, eventos y congresos).

Equipo: En 2019 Celina Tamagnini y Luis Ribo vieron que el textil pasaría a ser el nuevo drama medioambiental para las empresas. Ambos han trabajado para medianas y grandes empresas comunicando y planificando sus estrategias de sostenibilidad. En el caso de Celina, los últimos 8 años (`11-`18) en el departamento de comunicación corporativa para PepsiCo (España, Portugal e Italia) y previamente para la reconocida agencia de PR Tinkle (montando la oficina en Lisboa, Portugal). En los últimos meses, fue nominada en la categoría Inspiración en los Women Startups Award por WomenInTech en Madrid y fue parte de las TOP10 mujeres emprendedoras de Cataluña según EADA Business School.

En cuanto a Luis, un visionario que 12 años antes, montó una consultoría de sostenibilidad para convencer a las empresas de que ése era el camino. Golpeaba sus puertas y ahora las multinacionales se la golpean a él.

Los fundadores conocen el lenguaje de las empresas, sus gains y pains en cuanto a sostenibilidad, saben tratar con ellas y proponer soluciones para tangibilizar sus valores.

Actualmente, el equipo está formado por dos personas en Producción y Diseño (Teo Gallardo y Melanie Díaz) y dos personas en comercial (Pequeñas y grandes cuentas WIP) además de los socios fundadores.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/celinatamagnini/

Mentiness

Vertical Horizontal- Xtech

www.mentiness.com

Sector/es: HR- Tech, Social Impact/Humanitarian Technologies
Tecnologia/s: Big Data, Inteligencia Artificial, SaaS
Aceleradora/Programa de aceleración: Ninguna de las anteriores
Problema: El 60% de los trabajadores afirma sufrir estrés en el trabajo. Cada año se pierden unos 12.000 millones de días laborables debido a problemas de salud mental en los trabajadores.
Solución: Mentiness ayuda a RRHH detectar y prevenir problemas como el estrés, burnout y más de 80 indicadores, crear una cultura del bienestar, aumentar el engagement y cuidar la salud mental de los empleados combinando tecnología, inteligencia artificial y profesionales de la salud.
Mercado: Dividimos las soluciones que hay en el mercado en dos:
- empresas que ofrecen un directorio de psicólogos: sólo el 6,4% de las personas van a terapia. Estas soluciones no ayudan a identificar las problemáticas dentro de la organización.
- empresas que ofrecen people analytics: no ofrecen intervención y muchas veces se usan encuestas sin un respaldo científico, además, dejan a RRHH sin herramientas para asistir a las personas en las diferentes problemáticas.

Mentiness aúna en una sola plataforma tanto la analítica (encuestas diseñadas por psicólogos expertos) y un directorio de psicólogos especializados en diferentes áreas, tanto a un nivel clínico como de coaching. Además nuestro enfoque es preventivo, centrándonos sobretodo, en las personas que todavía no han ido al psicólogo.
Modelo de negocio: El acceso a la plataforma tiene un coste de 1 a 3 € / empleado / mes. Las sesiones de terapia tienen una comisión de un 20%.
Principales Métricas y/o Tracción: En el último año el progreso:
- Clientes: de 1 a 9
- MAU: de 40 a +260
- Psicólogos: de 5 a 17
- Sesiones terapia: 3 a 60

El cliente con el que arrancamos renovó el servicio (Teimas).
En los próximos meses haremos una experiencia piloto de pago con ONCE (sobre 1.000 empleados, con el potencial de implementarlo a 20.000).
Actualmente estamos en una ronda seed (300.000€) para crear equipo y validar product market fit.
Modelo de captación /crecimiento: Las estrategias go to market que estamos trabajando:
- Ofrecer una encuesta o una formación sobre salud mental como estrategia de entrada en las empresas.
- Participación en charlas sobre salud mental dentro de las organizaciones. Tema que está en auge.
- Colaboración con entidades: consultoras de RRHH y de innovación.
- Participación en eventos de RRHH. Es un departamento que se mueve mucho por networking.

Equipo: Javier Serrano
Fundador y CEO
Ex-CTO de Diariomotor y Menéame. Fundador del chapter en Galicia de NeurotechX (la mayor organización de neurotecnología del mundo).
Rebeca Calvo
Head Psychology & Wellbeing
Psicóloga sanitaria y neuropsicóloga clínica. Cofundadora de CóidoME y experta en inteligencia emocional en el ámbito de la empresa.
También contamos con un equipo de inversores/advisors entre los que destacan: Paulo Rodríguez (exDropbox b2b), Daniel Seijo y Óscar de Miguel (Diariomotor & Menéame), Jose Iglesias (Techstars), Chema Ballarín (Personio).
Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/javiersefer/

Diler

Vertical Horizontal- Xtech

Sector/es: Other

Tecnologia/s: Mobile Based

Aceleradora/Programa de aceleración: Ninguna de las anteriores

Problema: Actualmente las distribuidoras-comercializadoras-proveedores emiten de manera recurrente, con una frecuencia similar (mensual) un gran número de ofertas que en muchas ocasiones no tienen un apoyo visual sino que simplemente se redactan o se comunican verbalmente a través del comercial asignado en la visita presencial. Generando falta de información y tiempos de venta incorrectos.

Solución: Beneficios para hosteleros y empresarios y para distribuidoras y marcas.

Mercado: Experiencia en el sector que es algo clave dirigiéndonos a hacer un producto orientado a empresas y no tanto a usuarios persona. El valor diferencial de Diler frente a la competencia es esta experiencia e involucración en el secotr Horeca.

Modelo de negocio: Porcentaje de cada venta y paquetes de publicaciones destacadas.

Principales Métricas y/o Tracción: Estamos en fase final de desarrollo de la app.

Modelo de captación /crecimiento: Negociación con distribuidores, campañas de marketing y partnership con marcas.

Equipo: Iago González Penedo, Sales Manager. Borja Gómez Veiga, Marketing y Comunicación, Rodrigo Andrés Cuñarro, Diseño de Producto y Adrián Castro Villar, Desarrollo de Producto. Cada uno de los socios tiene un campo diferente y experiencia de más de 10 años en dichas áreas.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/iago-gonz%C3%A1lez-penedo-927a4b9a/

EVESTEL

Vertical Auto

https://evestel.es/

Sector/es: Auto- Tech, Insurtech, Mobility

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial, SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAuto

Problema: En 2021 se produjeron 19.800 muertes producidas por accidentes de tráfico en las carreteras de EU y 135.000 resultaros gravemente heridos (https://transport.ec.europa.eu/2021-road-safety-statistics-what-behind-figures_en).

En la iniciativa "Europa en movimiento" de mayo de 2018, la Comisión Europea presentó un nuevo enfoque de la política de seguridad vial para la UE, junto con un Plan de acción estratégico a medio plazo. La UE ha reafirmado su ambicioso objetivo a largo plazo de acercarse a cero muertes para 2050 ("Visión Cero")

Solución: La solución EmotAI identifica y comprende los hábitos de conducta y estado emocional de los conductores durante la conducción para prevenir riesgos de incidentes y accidentes de tráfico, y adaptar las características del vehículo para mejorar la seguridad y el confort del conductor.

Mercado: Las soluciones actuales monitorizan los hábitos de conducta de los conductores como por ejemplo el uso del cinturón de seguridad, uso de teléfono, comer o beber, distracción y emiten alertas sonoras invasivas para el conductor.

EmotAI monitoriza y entiende el estado del conductor en base a sus hábitos de conducta y el estado emocional en el que se encuentra a través de datos fisiologícos del propio conductor. A su vez, monitoriza la telemetría del vehículo y los factores externos que se producen entorno a la conducción. Estos factores proporcionan información para poder identificar, comprender y entender lo que sucede dentro del habitaculo del conductor para prevenir y predecir situaciones de riesgos de accidentes.

Modelo de negocio: La principal fuente de ingresos de EVESTEL en 2023 y 2024 proviene de cuotas de suscripción por empresa de transporte de mercancías y pasajeros en base al número de conductores. El modelo de suscripción de cuotas mensuales es muy común en el sector de los servicios telemáticos para empresas de flotas.

Los servicios de EmotAI se suministrarán a las empresas de transporte de pasajeros y mercancías como un servicio adicional extra. De esta manera, serán aceptados de manera natural dentro del sector de las empresas de transporte de mercancías y pasajeros.

Se genera a su vez una segunda fuente de ingresos basada en la consultoría para grandes empresas, como por ejemplo Carreras Grupo Logístico y Gruas Brualla, empresas con las que actualmente EVESTEL los mantiene como clientes.

En 2024 se generará una nueva fuente de ingresos basada en licencias de software EmotAI que será integrada con proveedores de automoción de nivel 1.

Principales Métricas y/o Tracción: CDTI NEOTEC 2021 – Financiación 325.000 €. BFA – Participante en la VI EDICION. MVP - 2022. Facturación 2022 - 20K€. Contratos Cerrados 2023 (Marzo 2023) - 80 k€

Modelo de captación /crecimiento: Tenemos definidos los 2 segmentos siguientes de clientes:

1.- Empresas de Transporte de Pasajeros y Mercancias por Carretera

2.- Fabricantes de Automóviles

Los canales para llegar a estos dos segmentos de clientes son a través de Asociaciones y Clústeres de Automoción, Logística y Transporte (BFA, CEAGA, etc..), los Proveedores de Servicios de Telemática y Telemétrica para la Gestión de Flotas (Geotab, Michelin-Masternaut, Geotab,...), Marketing y Asistencia a Ferias, Eventos y Congresos (MWC, CES, IFA,...).

Equipo: Contamos con una elevada cohesión entre el equipo debido a la experiencia acumulada en el trabajo conjunto realizado entre nosotros en anteriores etapas profesionales (Altiria TIC), y formativas (ETSI Telecomunicación de la Universidad Politécnica de Madrid y Universidad de Burdeos).

A continuación, se muestran las principales capacidades del equipo directivo de EVESTEL:

Félix Primo González – CEO – Director Gerente

Emprendedor y empresario con 20 años de experiencia en el sector TIC y en particular en servicios y soluciones para el sector de la Automoción, la telemática y la telemetría.

David Izquierdo García – Director I+D

Doctor en Tratamiento de Señal e Imagen por la Universidad Bordeaux I de Burdeos (Francia) e Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza.

Miembro del departamento de Harvard-MIT de Ciencias de la Salud y la Tecnología (HST) en el Massachusetts Institute of Technology (MIT) y Faculty (Assistant Professor) en Harvard Medical School (HMS) y el Hospital General de Massachusetts (MGH).

Desde sus comienzos, el Dr. Izquierdo García ha enfocado su carrera al uso de inteligencia artificial para procesado avanzado de imagen. Concretamente, su tesis doctoral se centró en el uso de inteligencia artificial (IA) para aplicaciones de automoción, enfocada en la detección automática de coches y personas, incluido el reconocimiento facial automático. Desde entonces, ha desarrollado su carrera en el uso de métodos de IA para diversas aplicaciones, la mayoría de ellas enfocadas a la medicina, con particular énfasis en el uso del aprendizaje profundo (deep learning, DL) basado en redes neuronales convolucionales (CNN).

Juan Jesús Yubero – CBDO – Director Desarrollo de Negocio

Emprendedor, empresario, mentor e inversor. Más de 20 años de experiencia en la gestión de empresas innovadoras que crecen con bootstraping desde 0 a más de 2 millones de euros.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/felix- p- 2944b23/



ANCORA

ANCORA

Vertical Auto

www.ancoramobile.com

Sector/es: Other

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial, Mobile Based, DeepTech, Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAuto

Problema: La digitalización de la fábrica con herramientas digitales diseñadas para la oficina ralentiza y complica el trabajo de los operarios a pie de línea. Y como consecuencia la producción se ralentiza también, con el consiguiente impacto en la rentabilidad. Además, los operarios se ven obligados a enfrentarse a interminables procesos de formación y reciclaje digital, que en muchos casos no superan. Entonces buscan la forma de volver a los "viejos tiempos en papel". O abandonan y se van. Y esto sucede al tiempo que las empresas manufactureras empiezan a tener serios problemas para encontrar talento calificado para sus fábricas (actualmente +50% de los puestos en selección en las fábricas de EEUU ya no son cubiertos). Estas empresas necesitan ya hacer frente a esta brecha digital con herramientas que ayuden a los operarios de planta a trabajar mejor sin necesidad de formación ni entrenamiento.

Solución: Ancora Worker Connect es nuestro asistente digital para los trabajadores en la planta de fabricación. Es un software complementario al sistema de gestión de la producción que el cliente ya utilice. Ofrece al trabajador la información que necesita de las tareas que debe realizar, y devuelve al sistema de gestión los datos que el trabajador proporciona. Combina la sencillez de los interfaces táctiles móviles con las tecnologías del lenguaje PLN e IA, mediante una UX multimodal única. Elimina detalles innecesarios, minimiza la carga cognitiva del trabajador y aumenta su productividad. Y facilita la incorporación de nuevos trabajadores al reducir la brecha digital.

Mercado: Ancora Worker Connect es un novedoso asistente digital para los operarios de las fábricas. Utilizamos un concepto de diseño de producto multimodal único, que combina diferentes tecnologías para comunicarse con el operario mediante todos los "modos" disponibles, en un contexto de saturación cognitiva en el que la atención del trabajador se dedica a fabricar. Tanto el producto como la tecnología multimodal son novedosas a nivel global, con una arquitectura muy diferente a la que están siguiendo otras compañías tecnológicas. Además, nuestra solución es modular y complementaria al sistema de gestión de producción existente. Esta característica es también diferencial frente a competidores con soluciones más amplias o de plataforma.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio tiene dos componentes principales: una licencia de configuración inicial y una licencia de uso recurrente. Ambos tienen diferentes niveles en función del número de plantas que vaya a desplegar el cliente, y en función del tamaño y la cantidad de trabajadores en cada planta de fabricación.Ofrecemos un "tier básico" de entrada limitado a una única planta y un número máximo de trabajadores, dispositivos y funciones, por 10K€ de configuración inicial y 4K€ de recurrente anual. A partir de ese "tier" de entrada, todos los clientes encajan en el "tier enterprise" de 16K€ de configuración inicial por planta y un recurrente anual que varía según las funciones premium requeridas, y que puede llegar a los 15K€/anuales con limitación en el número máximo de usuario. Para clientes corporativos con múltiples plantas y un número elevado de empleados, se define un "tier corporate".

Principales Métricas y/o Tracción: En 2020, durante la pandemia, conseguimos cerrar nuestra ronda preseed con la que invertimos en producto y lanzamos nuestro MVP en 2021. Nuestro enfoque inicial era incorrecto y requirió una evolución de producto y modelo de negocio hacia el actual. A finales de 2021 vendimos nuestra primera gran fábrica gracias a este nuevo enfoque, THERMOCHIP (parte del GRUPO CUPA). En enero de 2022 fuimos seleccionados para formar parte de BIND40, el programa internacional de aceleración de la industria vasca, donde DANOBATGROUP nos contrató para probar nuestro asistente de voz en sus procesos. A principios de septiembre, el programa MIND4MACHINES H2020 nos eligió para implementar nuestras inspecciones habilitadas por voz en la producción del sector aeronáutico. Desde entonces hemos acordado despliegues con dos fábricas proveedoras del sector automoción (MAGNA y ADHEX) en alianza con el proveedor de software MOM ASM Soft. Además, hemos sido elegidos en el TOP50 en los 4YFN Awards 2023, en el Industry Startup Forum de Advanced Factories, y somos finalistas en los premios EmprendeXXI. Mencionar, por último, que somos parte del clúster nacional de fabricación avanzada AFM (en la sección UPTEK), y del clúster CEAGA en Galicia. Cerramos 2022 con unas ventas de 122K€, con 9 clientes. En 2023 preveemos 20 nuevos clientes, e ingresos de más de 300K€. A nivel de indicadores, nuestro LTV en 2022 era de 16480 €, y esperamos subirlo a 33K€ en 2023. Nuestro CAC es de 10K€ y preveemos que baje a 3300 € en 2023.

Modelo de captación /crecimiento: Nuestra estrategia de ventas se articula en dos fases. En una primera fase, en la que estamos, realizamos la comercialización mediante venta directa a empresas manufactureras. El objetivo es, en este primer momento, alcanzar mayor madurez de producto y como empresa. Esta fase la ejecutamos mediante ABM (Account Based Marketing), combinando reuniones virtuales y visitas a fábrica. La segunda fase, que se convierte en prioritaria a partir de 2023, consiste en una estrategia de alianzas con fabricantes de software MOM con los que somos complementarios. Cerrar estas alianzas nos permitirá reducir el CAC, el ciclo de ventas y los tiempos y costes de cada despliegue, habilitando el escalado

Equipo: Nuestro equipo fundador aúna experiencia tecnológica y empresarial, excelencia en la ejecución, pasión y trabajo duro.

Alexandre Bastos. CEO. MSEE. Emprendedor y promotor de nuevos negocios tecnológicos. Antes de Ancora había fundado otros 3 proyectos empresariales. El más relevante, IQUBE (ahora CENTUM R&T) es líder mundial del mercado con LIFESEEKER, una tecnología disruptiva en la búsqueda y rescate de persona mediante helicópteros y drones.

Felipe Gil- Castiñeira. CTO. Doctor Catedrático de Universidad e Investigador Tecnológico. Reconocido experto en 5G/6G y tecnologías móviles. Fue investigador visitante en NOKIA en Palo Alto, donde ideó las tecnologías que después creó y transfirió a Ancora.

María de la Fuente. CMO. MSEE y EMBA. Décadas de experiencia en Producto, Marketing y Ventas de Tecnología. Ex VP de Ventas EMEA en la scaleup canadiense ViXS, donde abrió su mercado europeo desde cero.

Diego Celix. COO. MSEE. Experimentado Arquitecto de Software, Desarrollador Senior e Ingeniero de Datos. Desempeñó ese rol durante más de 6 años en GRADIANT. También es Agile Coach y Project Manager.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/alexandrebastos/

NORLEAN MANUFACTURING AND PRODUCTIVIDAD, S.L.

Vertical Auto

https://norlean.com/

Sector/es: Energy/Sustainability/Water
Food/Agri tech
Logistic/Retail

Tecnologia/s: Inteligencia Artificial, Big Data, SaaS, Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAuto

Problema: El principal problema es la dificultad de las empresas industriales de llevar a cabo una planificación de su producción de manera fiel y optimizada, encontrando problemas cuando se enfrentan a cambios en su día a día (aumento de coste de materias primas, ausencias de personal, aumento del precio de la electricidad, etc).

Solución: Nuestra plataforma de Gemelos Digitales de ORganización NOA (Norlean Operations Analyzer) permite obtener una planificación de la producción optimizada de nuestros clientes facilitando la toma de decisiones dentro de la empresa.

OBtenemos la información de los procesos de nuestros clientes, la filtramos, limpiamos y validamos con ellos para posteriormente simular y optimizar los distintos procesos y obtener KPIs útiles para la toma de decisiones.

Mercado: Nos diferenciamos respecto a nuestros competidores en que:

- Contamos con nuestra plataforma tanto de desktop como en Cloud, cuando principalmente nuestros competidores sólo están en desktop.
- Poca complejidad en el uso e integración de nuestra plataforma a diferencia de Siemens o SAP.
- Uso de 3D para facilitar la visión del gemelo y la toma de decisiones.
- Optimizamos la simulación.
- Uso de IA y ML.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio se basa en el desarrollo y venta del Gemelo Digital a nuestro cliente y posterior pago mensual de este por su mantenimiento y uso.

Principales Métricas y/o Tracción: En 2022 facturamos alrededor de 300.000,00€, conseguimos alrededor de 10 clientes y logramos un alto engagement de los clientes existentes que sigue evolucionando en 2023.

Modelo de captación /crecimiento: Nuestro principal método para llegar a potenciales clientes es la participación en eventos nacionales e internacionales, tanto como expositores como visitantes en ferias, ponencias, etc. También usamos las redes sociales y compartimos nuestro contenido en ellas (principalmente LinkedIN)

Equipo: Nuestro equipo está formado por especialistas en distintos campos: ingenieros de distintos campos (simulación, organización, industriales), matemáticos, financieros, gestores, ...

Destacamos la presencia de Daniel Prieto, CEO y Cofundador de Norlean, PhD y de Tomás Pérez, cofundador de Norlean.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/daniel- prieto- 724b657/

PERFECT NUMBERS

Vertical Auto

https://perfectnumbers.tech/

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Big Data, Blockchain, Inteligencia Artificial, IoT, Cybersecurity

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAuto

Problema:

- Sector agro: Pérdidas de tanques de leche en granjas.
- Sector agua: Problemas de abastecimiento en depósitos de agua. Administración en Industria.
- Sector cerveza: Problemas de trazabilidad en tanques de cerveza
- Sector transporte: Problemas de trazabilidad en camiones cisterna.
- Sector frío: Deterioro de alimentos en cámaras frigoríficas.
- Sector café: Avería por retraso en los mantenimientos de cafeteras.
- Sector vino: Pérdidas de calidad por falta de control en los procesos de fermentación y elaboración del vino.
- Sector industria: Pérdidas económicas por fugas de aire comprimido y gas

Solución: Dispositivos integrales compuestos por hardware y software llave en mano que se ajustan a las necesidades del cliente en cada uno de los sectores antes descritos.

La propuesta de valor es que son soluciones únicas. Flexibles porque como decimos se personalizan para cada cliente. Rentables con retornos de la inversión inferiores al año y ágiles, porque se diseñan en muy cortos espacios de tiempo

Mercado: El mercado es muy amplio debido al portfolio de mas de 10 productos adaptados a muy diferentes sectores.

El potencial de crecimiento a través de la internacionalización incrementa los mercados de forma destacable.

Estamos preparando ofertas para monitorizar depósitos de agua en Chile y silos de cemento en México, por poner 2 ejemplos puntuales

Modelo de negocio: Los ingresos principales vienen por la venta de nuestros dispositivos de monitorización.

La segunda partida más importante viene por los mantenimientos que son ingresos recurrentes normalmente anuales.

Suelen incluir la parte de comunicaciones y las licencias de uso de nuestras apps y de los paneles web que permiten la administración centralizada de los datos.

Para proyectos concretos adaptamos el Modelo de negocio firmando un contrato y cobrando un fijo mensual durante un periodo de 2-4 años para que el cliente no tenga que hacer un desembolso inicial importante.

Principales Métricas y/o Tracción: Este año el crecimiento será destacado porque tenemos firmada una entrega de 600 dispositivos para el cliente Cafés Candelas. Estamos también cerrando la negociación con Hijos de Rivera (Estrella Galicia) para monitorizar todas las cervecerías de España que tienen cerveza de bodega. Supondría una facturación bruta de más de 500.000 € para al menos los 2 próximos años. Incluso estamos hablando de exclusividad con lo que tendríamos que negociar ese apartado.

En cuanto al CAC varía mucho dependiendo del producto, en DataWater por ejemplo es de 450€ aproximadamente y el LTV es de 2.414€

Modelo de captación /crecimiento: La captación de fondos nos va a permitir contratar personal para el departamento comercial que nos permitirá dar un enorme impulso ahora que ya tenemos una importante gama de productos y que el mercado nos reconoce como una empresa puntera en IoT y en la parte de innovación ya que participamos en varios proyectos punteros

Equipo: En este momento somos 6 personas, En este mes se incorporan 3 personas más, 2 desarrolladores para proyectos de I+D a través de las ayudas del programa investigo y una persona de la rama de informática de la FP Dual.

Como comentamos nuestra intención es reforzar el equipo con uno o dos account manager, para ello además de buscar financiación a través de fondos, estamos en paralelo tramitando un préstamo ENISA

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/gonzaloabuinperez/

VI&GO

Vertical Auto

www.viandgo- mobility.com/

Sector/es: Auto- Tech, Mobility

Tecnologia/s: IoT, Mobile Based

Aceleradora/Programa de aceleración: HTA

Problema: Actualmente, nos encontramos en la transición hacia los vehículos eléctricos, y ésto conlleva un cambio radical en cómo recargamos su energía. A día de hoy los vehículos eléctricos más populares son lo ligeros, con batería extraíble. Éstas baterías sufren día a día un desgaste descontrolado debido a las malas prácticas en su recarga, a su vez la recarga de éstas baterías supone un tiempo de espera que, en el caso de vehículos comerciales, orientados a la logística y delivery, no se puede permitir operativamente.

Solución: VI&GO, ha desarrolaldo estaciones para la carga e intercambio de estas baterías, de forma que la recarga de la batería se hace de forma controlada, aumentando su vida útil, el usuario del vehículo no tiene que sufrir de esperas mientras se carga la batería del vehículo y cuando se trata de flotas de vehículos éste sistema permite una carga descentralizada de los vehículos, mejorando nuevamente su competitividad.

Mercado: VI&GO, propone una solución multimodelo, permitiendo que distintos modelos de baterías y fabricantes tengan cabida en sus estaciones. Ya sean batería de bicicleta, de scooter o de moto VI&GO, puede gestionar su recarga e intercambio.

Modelo de negocio: El modelo de negocio es B2B (Con alcance B2C en función de la demanda), a través de suscripción a la estación y baterías lo cual incluye un nº fijo de recargas incluidas para su vehículo y además pago por recargo unitaria extra fuera de la subscripción

En B2B el mercado objetivo son:

Operadoras de movilidad compartida: renting y sharing.

Operadoras logísticas, empresas de reparto, couriers, etc.

Last mile delivery, ecommerce, retail, supermercados, restauración, etc.

Otras fuentes de ingresos son: pagos por recargos unitarias, compartición de datos e informes y estudios

a partir del procesamiento de estos datos, royalties por uso de la tecnología protegida y publicidad y marketing

disponible en los canales de VI&GO.

Para cada cliente, estará disponible un período de prueba introductoria al servicio.

Además del servicio de intercambio, al cliente también se le ofrecerá:

- Plan y asesoramiento en electrificación, cambio o adquisición de de flota de vehículos.
- Plan de reacondicionamiento, regeneración y adaptación de baterías
- Plan de adquisición de baterías.
- Compartición de datos e informes gracias a la adquisición y procesamiento de datos

Con VI&GO se reducen costes operativos, aumenta la vida útil y el rendimiento de las baterías y la disponibilidad mayor de la flota reduciendo el tiempo de carga

Principales Métricas y/o Tracción: Sociedad Limitada constituida.

- Aportación de 30k por parte de los promotores
- Aportación de 45k fondos públicos
- Aportación 5k en premios
- En búsqueda activa de financiación - capital semilla.
- Producto Mínimo Viable (estación + software) desarrollado.

Con preacuerdos y actualmente trabajando con empresas líderes en el sector de fabricación de vehículos eléctricos, motosharing y last mile delivery.

Testeos previstos para Q3 de 2023.

Modelo de captación /crecimiento: Comenzaremos a dinamizar el modelo de negocio mediante B2B, utilizando plataormas de renting de vehículos, fabricantes como principal canal de nuestro servicio. Una vez llegado a un mínimo operativo en cuanto a volumen de estaciones por ubicación se refiere, comenzaremos a ampliar nuestra oferta a B2C.

Riders y ciudadanos.

Equipo: Ignacio Iglesias Araujo: Co-CEO y COO. Ingeniero de organización Industrial. Experiencia en emprendimiento. Experiencia en proyectos de movilidad a nivel universitario. Experiencia en ventas y gestión de clientes B2B en sector fotovoltaico.

Adrián Marnotes rodríguez: Co-CEO y CFO. Ingeniero de Organización industrial. Experiencia previa en sistemas de información y gestión de activos. Experiencia en mejora contínua y procesos.

Fuda Sun: CPO. Ingeniero mecánico industrial + máster automoción. Experiencia previa en el sector de la automoción en la parte de producto, calidad y comunicación con proveedores.

Agustín Labartete. Ux-Developer. LIcenciado en ciencias de la comunicación y máster en programación y diseño UX. Experiencia en el sector de la automoción en comunicación y desarrollo UX.

Roque Bouzo: CSO. Grado en Economía. Experiencia en ventas de SaaS en sector horeca y gestión de cartera de clientes. Experiencia en post venta en el sector de la automoción.

Claudia López: Grado en comunicación audiovisual. Experiencia en diseño y mk corporativo.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/ignacioiglesiasaraujo/

Despunte

Vertical Auto

https://despunte.com

Sector/es: Other, Media

Tecnologia/s: 3D Print

Aceleradora/Programa de aceleración: HTA

Problema: En entornos cada vez más competitivos, hay que ser bueno y también parecerlo. A la hora de comunicar en el ámbito técnico, especificaciones y aspectos comerciales se deben combinar de forma equilibrada para hacer llegar el mensaje deseado de forma eficaz. Es difícil mostrar las características clave y ventajas de productos industrial (maquinaria, equipos electrónicos...) de forma clara y visualmente atractiva.

Solución: Visualización 3D de producto clara y atractiva para comunicación industrial. Contenidos visuales como renders, vídeos y animaciones 3D son clave en la presentación de un producto y en el valor que el cliente percibe sobre él y sobre la empresa.

La visualización 3D también ayuda a los vendedores a presentar los productos de una manera más atractiva y convincente a los clientes potenciales, y también facilita la colaboración entre diferentes departamentos y equipos.

Si el proyecto lo requiere, también podemos fabricar prototipos, realizar modelos físicos a escala y maquetas interactivas, integrando electrónica y programación.

Mercado: Las soluciones actuales al problema de comunicación de productos industriales, como las fotografías y vídeo real de producto tienen grandes limitaciones para comunicar aspectos como el funcionamiento, montaje o características distintivas de muchos productos. En muchos casos, productos como maquinaria industrial son imposibles de representar de forma fiel y clara con estos métodos porque tienen partes ocultas, son de gran tamaño o incluso no han sido fabricados todavía.

Por otra parte, existen alternativas de retoque fotográfico y animación pero tienen un enfoque mayoritariamente artístico. En Despunte nos preocupamos de aspectos como la iluminación y los colores, pero nuestro enfoque técnico nos permite ir un paso más allá al trabajar con producto industrial.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio se basa en un modelo tradicional para servicios, donde cobramos por proyecto realizado.

Principales Métricas y/o Tracción: Despunte es una sociedad cooperativa establecida en septiembre de 2021. Financiada con recursos propios de los socios. En este año y medio hemos realizado trabajos de diseño e ingeniería para más de 20 clientes. En enero de 2023 reformulamos nuestra estrategia para especializarnos en la propuesta de visualización 3D para comunicación.

Estamos participando en la incubadora High Tech Auto.

Modelo de captación /crecimiento: Nuestra estrategia de captación combina dos enfoques: la presencia local y la captación online. La presencia de proximidad nos permite establecer relaciones de confianza con empresas a nivel nacional, realizar visitas y ofrecer soluciones específicas. Por otro lado, ofrecemos nuestros servicios online lo que nos permite llegar a una audiencia más amplia. Nuestro objetivo es brindar un servicio personalizado y adaptado a las necesidades de nuestros clientes, generando fidelidad y manteniendo una comunicación cercana.

Equipo: Carmen Araquistain Portela - Desarrollo de negocio. Estudió Ingeniería de Obras Públicas en la UDC y Máster Ejecutivo en gobernanza urbana por la EPFL, una de las más destacadas universidades de ingeniería del mundo. Su carrera combina experiencias en el ámbito público, de consultoría y de empresa. Destaca su trabajo en Berlín como network planner para Flixmobility GmbH.

Alejandro García Soto se encarga del área de diseño y desarrollo. Ingeniero Aeroespacial por la UEM, estudió Máster en energía y sostenibilidad en la Universidad de Vigo y tiene experiencia profesional principalmente en los sectores de los aerogeneradores y de los aviones ultraligeros como ingeniero de diseño, de calidad y de I+D+i. No puede encajar mejor en la definición de "maker": persona creativa que aprende a través de lo que hace, especialmente en proyectos que implican colaboración y tecnología.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/caraquistain/

VanCubic

Vertical Auto

www.vancubic.com

Sector/es: Other

Tecnologia/s: 3D Print, Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: HTA

Problema: El mundo de la camperización está en la era analógica.

A la hora de la fabricación, ésta es artesana, lo que hace que sea una camperización lenta (2 a 3 meses), de costes elevados y difícilmente escalable.

Por su parte, el cliente se encuentra con largos tiempos de espera hasta la finalización del proyecto y necesita un vehículo en buenas condiciones ya que toda la inversión se hace en el vehículo que pasa a ser de uso exclusivo (camper), perdiendo su uso industrial.

Solución: En VanCubic pasamos a la era digital, entendemos que otra forma de camperizar es posible; mucho más versátil y sostenible.

Apostamos por una fabricación industrial, modular y estándar (para todos los modelos H2L2 o superior). Ésto reduce los tiempos de fabricación, pudiendo ofrecer una entrega inmediata.

El cliente no necesita hacer modificaciones en la furgoneta ni homologar ya que VanCubic está considerado carga, haciendo así la inversión en los módulos y no en el vehículo.

Mercado:

- Pasar de fabricación artesana a fabricación industrial, fácilmente escalable.
- Abaratar costes.
- Se reducen tiempos de fabricación y espera.
- Se elimina el uso exclusivo del vehículo.
- No necesita homologación ni modificaciones estructurales.
- Producto modular y estándar.
- Fabricación de proximidad (todo está fabricado en Galicia).

Modelo de negocio: Nuestros ingresos proceden de dos fuentes:

- Cliente final (B2C)
- A través de distribución y puntos de venta (B2B)

El precio medio del producto ronda los 20.000€ y actualmente ofrecemos posibilidad de financiación y próximamente de renting.

Principales Métricas y/o Tracción: El producto ha sido lanzado en Octubre, en la feria MECC 2023 y ya se ha comenzado la fabricación , venta y distribución del producto. Actualmente hemos vendido 19 unidades de las que se han entregado 10, y estamos en proceso de fabricación de las 9 restantes que tenemos previsto entregar entre Mayo y Junio.

A día de hoy tenemos un volumen de fabricación de 4 unidades mensuales, siendo fácilmente escalable este número aumentando el número de operarios de montaje.

Siendo un producto nuevo e innovador, nuestros clientes son embajadores de la marca y eso es lo que desde VanCubic transmitimos.

Modelo de captación /crecimiento: A los clientes se llegará a través de varios canales:

- A través de la página web: www.vancubic.com
- Redes sociales:
  - Instagram: www.instagram.com/vancubic/?hl=es
  - TikTok: www.tiktok.com/@vancubic?lang=es
- Abrir puntos de venta en las grandes ciudades españolas (Ya contamos con punto de venta en Sevilla y distribución en toda Andalucía).
- Ferias nacionales e internacionales.
- Ofertar el producto a empresas del sector.
- Ofertar el producto a empresas de alquiler de furgonetas de transporte para que puedan ampliar su oferta.

Equipo: Nuestro equipo está formado por:

- Iván Bastero Davila: CTO, socio fundador y creador inicial del proyecto. Trabajó 20 años como electricista naval dirigiendo equipos.
- Jordán Díaz Blanco: CEO y socio fundador. Trabajó 20 años de cara al público y cuenta con amplia experiencia empresarial.
- Andrea Rodríguez soliño: CMO. Trabajó 20 años de cara al público y tiene experiencia como community manager.
- Alberto Fernández Pereira: Operario de montaje. Es buzo profesional y programador robótico.
- Edgar Francisco Rodríguez Romero: Operario de montaje. Es técnico de instalaciones electrotécnicas y tiene experiencia profesional.
- Luana Suárez Rodríguez: CCO. Trabajó 14 años de cara al público, 8 de ellos como encargada.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/jordán- díaz- blanco/



5Special

Vertical Auto

https://5special.com/es/inicio/

Sector/es: Fashion
Auto- Tech

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: HTA

Problema: No existe un buen producto que combine estética, y características técnicas para nuestros nicho de mercado.

Solución: Diseñamos productos de manera local, en Galicia, materiales sostenibles.
Productos estéticos y funcionales, que se adaptan muy bien a nuestros compradores.

Mercado: Nuestra competencia fabrica en países extranjeros de dudase ética , baja calidad y precios altos.

Modelo de negocio: Textil , Piezas y Accesorios vehículos.
Ticket Medio: 100€ a 200€

Principales Métricas y/o Tracción: 16.000 € brutos Boutique Madrid, Barrio Salamanca
Venta Directa 12000€

Modelo de captación /crecimiento: Canales: Boutiques, Venta onlines, Venta directa Eventos, Email Marketing, Revistas especializadas.

Equipo: Sito Vázquez: Preparador de vehículos, alto conocimiento Motor.
Lucía Vázquez: Diseñadora digital y moda.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/lucia- vazquez- salgado- 6064726/

Dooroti

Vertical Auto

www.dooroti.es

Sector/es: Mobility

Tecnologia/s: Big Data, IoT, SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: HTA

Problema: La mobilidad urbana se encuentra en plena transición, invirtiendo la pirámide del transporte. Esto hace que cada vez exista menos espacio dedicado al estacionamiento de vehículos en superficie al dejar espacio para nuevos tipos de mobilidad.

Solución: Dooroti es una red colaborativa de alquiler flexible y automatizado de plazas de garaje. Poniendo estos lapsos en los que las plazas de garaje no se utilizan a disposición de los usuarios de una forma fácil, digitalizada y segura, podemos rentabilizar estos espacios y mejorar la movilidad urbana general. Conectamos espacios con vehículos.

Mercado: El mercado actual se encuentra en plena transformación, como todo lo relacionado con la movilidad. En esencia lo que queremos construir es la base de un ecosistema de movilidad avanzada, por eso clasificamos a nuestros competidores según sean:

- Tradicionales: en este lado tenemos a la zona azul, los parkings y los contratos de alquiler mensuales de toda la vida. Aquí competimos contra un modelo de negocio asentado y contra la dificultad de cambiar los sistemas.
- Modernos: hay más empresas que intentan abrir el mismo mercado que nosotros de muchas maneras diferentes, pero prácticamente todas usan un sistema mixto de hardware + software. Aquí podemos encontrar a YourParking o Zenpark (barreras fijas inteligentes 1:1 plaza), ElParking (hardware en puerta) o sistemas mucho mas complejos como VePa (aparcamiento vertical inteligente).

Consideramos que nuestro sistema es el idóneo ya que, con el foco puesto en el crecimiento a través de hoteles y promotoras de inmuebles, podemos generar una oferta nueva de aparcamiento sin necesidad de invertir en construir nueva infraestructura. Somos una alternativa de bajo coste con hardware y software de desarrollo y producción nacionales, adaptable a las necesidades de los propietarios y clientes o incluso cambios legislativos.

Modelo de negocio: Dos vías de ingresos primarias:

- Llaves digitales: nuestra intención es facilitar dos llaves permanentes por plaza dada de alta, cobrando un extra por cada llave adicional.
- Comisiones: sobre el precio pagado en por los alquileres y una comisión de mantenimiento anual.

Tres vías de ingresos secundarias:

- Instalaciones: nos gustaría no cobrarlas para facilitar la captación de clientes, pero mientras no podamos bonificarlas seguiremos cobrándolas.
- Publicidad: dentro de la propia app tanto a agentes externos como a los propios propietarios para salir en la parte alta del buscador.
- Big Data: en caso de lograr crecer obtendríamos mucha información de los desplazamientos y horarios de nuestros usuarios que puede resultar valiosa.

Principales Métricas y/o Tracción: Habiendo empezado esta andadura en enero de 2021 con tan solo una idea y ni tan siquiera un powerpoint hemos logrado cumplir de peor o mejor manera con todos los hitos que nos habíamos propuesto.

Ya hemos terminado el desarrollo tanto del hardware como del software, aunque todavía queda mucho por pulir, y, tras finalizar varios pilotos para testear nuestro MVP hemos iniciado la comercialización. Seguimos en perdidas, pero hemos logrado cerrar 2022 con una facturación de aproximadamente 10.000 euros y contamos con dispositivos instalados en Vigo, Pontevedra, Sanxenxo, Portonovo y Santiago de Compostela.

Esperamos seguir expandiéndonos por Galicia los próximos meses a la espera de cerrar una ronda de inversión que nos permita dar el salto al mercado nacional.

Modelo de captación /crecimiento: El mercado al que nos gustaría dirigirnos son las comunidades de propietarios (B2C); pero eso es inviable a día de hoy.

Empeñarse en esto ha sido lo que ha condenado al fracaso a muchos de nuestros competidores, así que hemos decidido a empezar por el mercado hotelero, como entrada al mercado empresarial (B2B) A día de hoy son muchos los hoteles que alquilan sus plazas, pero este servicio es bastante desconocido. Lo que queremos es aunar fuerzas con ellos para nosotros obtener una red de plazas lo más amplia posible y captar usuarios; y los hoteles ganar visibilidad e ingresos que actualmente no perciben.

También tenemos el foco puesto en promotoras, ya que pueden obtener ingresos mientras el edificio no está vendido a costa de las plazas sin asumir ningún riesgo, consiguiendo nosotros alcanzar ese deseado mercado de comunidades sin el coste económico asociado

Equipo: CEO - Pablo Guillán Rodríguez - responsable del proyecto, esta encargado de supervisar el desarrollo del trabajo y en especial de ventas y marketing, siendo la cara visible de la compañía.

CTO - Nuria García Carrillo - responsable del desarrollo software.

COO - Alejandro Pérez García - responsable del desarrollo hardware e instalaciones.

CFO - Estéfano González González -responsable de la parte legal y financiera de la empresa.

Linkedin CEO: https://es.linkedin.com/in/pablo-guillán-emprendedor-economía- ecosocial

Luo Kai Electrics / LK Electrics

Vertical Auto

www.lupkai.es

Sector/es: Auto- Tech, Energy/Sustainability/Water, Mobility

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: Viaexterior

Problema: En el año 2023 hay en las carreteras europeas 5 millones de vehículos híbridos con baterías de níquel. Cada uno de estos vehículos tiene una batería cuya duración promedio es de unos 10 años. Después se deben de cambiar, lo cual supone un coste muy alto de mantenimiento para un vehículo de más de 100.000 Km (+4000€) y además utilizar baterías nuevas sin buscar otra solución representa un gran impacto medioambiental.

Solución: Tener un plan de mantenimiento para las baterías de estos vehículos es esencial para la economía de sus dueños y para la sostenibilidad.

LK Electrics ha desarrollado una maquina y un software de diseño propio que permite un análisis del estado de salud de las baterías y su recuperación en un proceso de 24 horas con un precio competitivo para un vehículo con esa longevidad. (300 - 500 euros).

Mercado: Tener un plan de mantenimiento para las baterías de estos vehículos es esencial para la economía de sus dueños y para la sostenibilidad.

LK Electrics ha desarrollado una maquina y un software de diseño propio que permite un análisis del estado de salud de las baterías y su recuperación en un proceso de 24 horas con un precio competitivo para un vehículo con esa longevidad. (300 - 500 euros)

Modelo de negocio: En un primer momento han sido los propios propietarios de híbridos quienes nos han buscado, el cliente final era nuestro prescriptor. Posteriormente hemos empezado a trabajar con talleres de toda España especializados en vehículos eléctricos. Actualmente estamos comenzando a trabajar con flotas de renting.

Las ferias de movilidad, congresos, ferias de vehículos son importantes para nosotros.

Principales Métricas y/o Tracción: Actualmente somos referencia para grandes talleres independientes y especialistas en vehículo eléctrico. Cubrimos Barcelona, Santander, Madrid, Sevilla y Málaga.

El mercado del vehículo eléctrico está empezando a necesitar del mantenimiento y eso lo hemos experimentado en el último año.

Modelo de captación /crecimiento: Actualmente las soluciones de recuperación son manuales y el proceso dura en torno a 2-3 semanas. Además, es necesario de una persona cualificada que conozca la tecnología. El proceso automatizado no existe en la actualidad, además de que la tecnología de recuperación de baterías todavía no ha sido llevada a los talleres independientes, lo que permitiría democratizar este servicio.

Equipo: Somos cuatro ingenieros que nos complementamos en cada una de sus especializaciones: técnico, ingeniero de diseño, especialista en redes comerciales y desarrollo de negocio.

- Jose Manuel Valverde: Experto en ventas e redes comerciais. +30 años de experiencia en el mercado eléctrico y la formación.
- Santiago Goris: Técnico experto en vehículos eléctricos y mantenimiento. + de 15 años de experiencia.
- Manuel Vieira: Ingeniero mecánico, experto en automatización, programación y Vehículo eléctrico. +20 años de experiencia.
- Ramón Castro: Desarrollo de negocio, B2B e internacionalización (China, Brasil…)

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/ram%C3%B3n-castro-rodrigo/



Tempodriver

Vertical Auto

https://nukloo.com/tempodriver/

Sector/es: HR- Tech

Tecnologia/s: SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: Ninguna de las anteriores

Problema: Actualmente existen sectores en España dónde no hay personal suficiente como conductores de camión, médicos, enfermeros, camareros, rural, pesca, informáticos, etc.

En España al año se aprueban en Extranjería 130.000 solicitudes de residencia y trabajo por cuenta ajena. Actualmente hay 2,5 millones de extranjeros trabajando en España (representan un 12% del total de población activa).

Está en continuo crecimiento la búsqueda de personal en países fuera de España y más enfocado en terceros países (+30% incremento en el año 2022 frente a 2019).

Solución: Nuestro modelo de negocio es crear un SAAS que permita conectar "empleadores" y "empleados" de todo el mundo y que sea capaz de acompañar en todo el proceso end-to-end de extranjería (más de 20 pasos y hasta 6 meses de duración).

De esta forma, facilitamos el contacto entre oferta y demanda y acompañamos mediante tecnología en la agilidad, seguimiento e integración con las administraciones en todo el proceso.

Mercado: Es un sector fragmentado y sin apenas uso de tecnología. Se utilizan medios como facebook o contactos de "boca a boca" para captar personal de otros países.

Modelo de negocio: Dos modelos de ingresos. Uso de SAAS plataforma por parte de empleados y empleadores.

El modelo actual es ingreso por trabajador acompañado en todo el proceso de migración hasta su inicio de trabajo en el empleador en España.

Principales Métricas y/o Tracción: Ingresos año 2023 estimados: 800 k€.

Beneficio estimado del 20%.

Número de personas contratadas estimadas en 2023: 250 personas.

Número de personas contratadas estimadas en 2023: 3.000 personas.

Modelo de captación /crecimiento: Actualmente tenemos acuerdos con más de 1.300 empresas de transporte y tenemos más de 5.000 personas de terceros países registrados en nuestros sistemas. Tenemos una estimación de facturación de 800 k€ en el año 2023.

Nuestro objetivo es hacer una "joint-venture" con empresa de RRHH que disponga de bases de datos con más de 5.000 clientes para ampliar nuestra acción comercial y llegar a más clientes.

Equipo: CEO Diego Carbajosa. Ingeniero Industrial

Equipo local en Perú: Samuel Álvarez, Abdón Aguirre, Victoria Rocio Tenorio Castillo y María José Alva Noriega.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/diego-carbajosa-sanz-99876931/details/experience/

SOLUCIONES AERONAUTICAS DE GALICIA SL

Vertical Aero

https://saega.es/

Sector/es: Emergencies, Aviation, Logistic/Retail, Mobility

Tecnologia/s: Drones

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAero

Problema: Los UAVs existentes hoy en día en el mercado, están limitados por la autonomía, en el caso de multicópteros, o por la imposibilidad de despegar verticalmente en los de ala fija. Además, casi ninguno lo hace de forma segura (equiparable a los estándares de la aviación comercial), ya que no son sistemas redundantes que permitan el control de la aeronave en caso de fallo de uno de sus propulsores u otros elementos, lo que provoca, no solo la pérdida del dron, sino también la de la carga que transporta. Y esto conlleva un problema de seguridad para los viandantes.

Solución: Nuestro equipo se diferencia gracias a nuestro concepto estructural y aerodinámico innovador, lo que le permite a nuestro dron volar en condiciones fiables, eficientes y seguras, sin poner en riesgo ni la integridad de la aeronave ni de la carga que transporta, ofreciendo de forma notable y eficiente: Autonomía extendida, Seguridad en las misiones y Alta capacidad de carga (5Kg). Esto se consigue gracias al diseño patentado que nos aporta en una sola aeronave: SEGURIDAD y ESTABILIDAD: Los 8 conjuntos propulsores en octógono con centro geométrico en el centro de masas aportan estabilidad y eficiencia, al no quedar ninguno infrautilizado o sobrecargado. Los sistemas críticos redundantes (incluidos los propulsores) garantizan la seguridad.

- EFICIENCIA AERODINÁMICA: La sección reducida (componentes dentro del ala), relación L/D mejorada (por la ubicación de los motores) y baja velocidad de pérdida.
- LIGEREZA Y ROBUSTEZ: El uso de materiales compuestos y aprovechamiento de las propiedades mecánicas de todos los elementos (incluidas baterías y cables eléctricos) que consiguen reducir el peso
- FIABLE Y DE BAJO MANTENIMIENTO: Un único mecanismo centralizado rota todos los propulsores y tren de aterrizaje
- MODULAR Y ESCALABLE: Con compartimentos de carga independientes para mercancías o personas y diseño escalable

Con la combinación de todas las características anteriormente mencionadas se obtiene una aeronave segura para transportar mercancías, autónoma, capaz de volar a grandes distancias, con autonomía extendida, silenciosa y con bajo coste de explotación.

Mercado: Dividiremos el mercado existente del Anduriña 25 en mercado Nacional (SOM) 26 M€, mercado Europeo (SAM) 498 M$, y el mercado internacional (TAM) 100.000 M$.

Dado que todavía estamos en desarrollo hemos empezado a hacer una prospección del mercado nacional.

- MERCADO NACIONAL: Nuestro mercado objetivo inicial es el mercado español. Según los datos de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA), en nuestro país hay más de 3.754 pilotos y alrededor de 4.375 aeronaves habilitados para uso profesional. Dentro de este mercado, estimamos que el 10% de las aeronaves vendidas actualmente son drones VTOL (drones híbridos), todos ellos sin sistemas redundantes (4 motores…). Con este análisis de mercado actual podemos determinar que el número de operadores civiles (futuros clientes) en España que se dediquen a actividades profesionales donde Anduriña 25 es competitivo es de alrededor de 300 operadores (435 drones). Lo que se transforma en un volumen de negocio TOTAL de 26.000.000 de €.

De acuerdo a las estimaciones del ministerio de fomento, la flota de drones de uso profesional en España en el año 2035 podría superar las 51.400 aeronaves y alcanzar un impacto económico de 1.220 millones de €. A estas cifras habría que sumar las unidades destinadas al uso militar (no disponemos de estimaciones al respecto).

Una vez conseguido asentarnos en el mercado nacional daremos el salto al mercado internacional que describiremos a continuación. Como podemos ver, los datos no están lo suficientemente actualizados por ser un mercado a desarrollar y en constante crecimiento.

- MERCADO EUROPEO: El mercado global disponible es el de los operadores que realizan actividades de medio y largo alcance. De acuerdo a los datos de Markets and Markets, el mercado global en el 2019 de drones VTOL es de 498 millones de dólares y aumentará exponencialmente.
- MERCADO INTERNACIONAL: De acuerdo a las estimaciones de Goldman Sachs, el mercado global de drones alcanzará los $100 billones en el año 2020, de los que la mayor parte corresponden a la industria militar ($70b). El mercado de drones recreativos ocupará el segundo lugar con una cifra de negocio de $17 billones.

Modelo de negocio: Existen varias fuentes de ingresos en nuestro proyecto; a través de la venta directa nacional e internacional de UAVs a cualquier operador estatal, civil, militar, privado, etc. configurados bajo pedido que incluya todo el equipamiento que necesite el cliente para las aplicaciones específicas, es decir se equipará la plataforma con aquellas cargas de pago que necesite el cliente para su operación, por lo que no solo se cobrará por la plataforma sino también por el margen de la carga de pago.

Principales Métricas y/o Tracción: Toda vez que el proyecto está en fase de desarrollo, aun no estamos en situación de comercializar, por lo que por el momento no existen clientes. No obstante, hemos realizado un trabajo de prospección en el mercado que ha sido exclusivamente local. De dicha prospección se deriva un interés real en nuestro equipo que nos permite contar con una posibilidad de venta futura.

Modelo de captación /crecimiento: SAEGA tiene clientes potenciales y un plan de desarrollo, pero lo más importante son las posibilidades por la versatilidad de la plataforma y las innumerables misiones que se están haciendo en la actualidad y las que se van a poder hacer en un futuro próximo. Nuestro medio de comunicación será Online (Web, Redes sociales y Blog) y Offline (Relaciones comerciales, Ferias especializadas del sector, Publicidad en prensa y Eventos).

Equipo: El equipo lo conformamos Pedro Outón, Ingeniero de Diseño de estructuras con 15 años de experiencia en el Sector Aeronáutico. Oscar Piñeiro Fraga, Ingeniero Técnico Forestal por la universidad de Santiago de Compostela.

Jose Álvarez, Grado en Ingeniería de Tecnologías de Telecomunicación de la UVigo.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/oscar- pi%C3%B1eiro- fraga- ba6230182

ENERCRAFT

Vertical Aero

www.enercraft.eu

Sector/es: Aviation, Emergencies, Energy/Sustainability/Water, Mobility, Rural

Tecnologia/s: 3D Print, Drones, IoT

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAero

Problema: ¡¡Movemos vehículos eléctricos con combustibles fósiles!!
La tecnología que usan en la actualidad los operadores de los vehículos no tripulados, cuando necesitan disponer de una fuente de energía durante sus operaciones en zonas sin acceso a la red eléctrica, tanto para carga de baterías como para alimentar otros dispositivos de soporte a sus operaciones, se basa en el uso de grupos electrógenos convencionales, que, además de generar emisiones de gases nocivos, ruidos y olores, son tecnologías completamente obsoletas. Además, la entrega de energía es inestable y de baja calidad, presentando grandes distorsiones armónicas y ruido electromagnético. Esas deficiencias energéticas se trasladan a través del cargador, y llegan a las propias baterías de Li-Ion, dando como resultado procesos de carga ineficientes, limitando los ciclos de uso y acelerando el envejecimiento prematuro de las celdas, lo cual lleva asociado un alto coste económico y un grave impacto medioambiental.

Solución: Bajo el contexto de ser ya un referente en el desarrollo de equipos y sistemas de soporte energético en tierra en el sector aeronáutico, en concreto para el segmento de la aviación tripulada, y siguiendo la estrategia de diversificación establecida a principios del año 2022, ENERCRAFT ha desarrollado una nueva familia de dispositivos denominados EMA - Energy Mobile Assistant, que son equipos de acumulación de energía y asistencia en tierra, completamente portátiles, y diseñados para dotar a sus usuarios de total autonomía y libertad, a la hora de realizar cualquier tarea que requiera el acceso a una fuente de energía, con total independencia de su localización. EMA fue, por lo tanto, concebida con el propósito de ofrecer una alternativa limpia a los citados generadores y grupos electrógenos, que requieren de mayores medidas de logística para su traslado, y que emplean combustibles fósiles para su funcionamiento.

Mercado: Los grupos electrógenos empleados actualmente en campo como fuentes de energía para la carga de baterías por parte de los operadores de drones, funcionan en base a motores alimentados con combustibles fósiles, y, la gran mayoría, son equipos sobre los que no se ha innovado durante décadas. La reciente aparición de ciertos modelos de grupos electrógenos con inversores incorporados, mejora los resultados, pero no pueden compararse en calidad y pureza de señal con la solución eléctrica, portátil y sustentable que hemos desarrollado en ENERCRAFT, basada en una tecnología que combina las baterías de litio de alta calidad con electrónica de potencia de última generación, que es lo que ofrecen nuestras EMAs equipadas con un disruptivo Convertidor Modular Multinivel (MMC) (Distorsión < 0.1%), que ENERCRAFT ha desarrollado bajo el marco de la BFAero. Respecto a las baterías comerciales que pueden adquirirse para drones, todas ofrecen vidas útiles de muy pocos ciclos de carga y descarga, que son, en muchos casos, incluso inferiores a los 100 vuelos, a partir de los cuales el operador debe desechar dichas baterías y sustituirlas por unas nuevas, lo cual lleva asociado un alto impacto económico y ambiental. Además, los datos que puede obtenerse del estado de carga y de salud de todas estas baterías no son completos, de manera que los operadores deben tomar decisiones sin disponer de toda la información que les pueda permitir aprovechar al máximo la vida útil de las mismas, sin poner en riesgo, en ningún caso, la seguridad de sus operaciones aéreas. Nuestro objetivo es poder ofrecer baterías de alta calidad, con vidas útiles superiores a los 5000 vuelos del dron.

Modelo de negocio: Las principales necesidades de fondos van a derivar de la gestión inteligente del crecimiento de la empresa. El proyecto ENERCRAFT está llegando a su punto de inflexión, donde es prioritario el alcanzar una economía de escala, para lograr ser más competitivos en las ventas de todos nuestros dispositivos. Estimamos que la financiación necesaria en los próximos 3 años será del orden de 1 Millón de EUR, con los que podremos invertir en la evolución constante de nuestros productos existentes, pero también en nuevos desarrollos, y en escalar nuestra producción actual, siendo necesario disponer de más personal y de una mayor área productiva.

Principales Métricas y/o Tracción: ENERCRAFT INNOVATIVE ELECTRIFICATION TECHNOLOGY, S.L. ha completado ya sus dos primeros años como empresa afincada en Galicia, desde su registro en octubre de 2020. Durante el primer año de vida (2021) trabajamos bajo unas circunstancias muy complejas a nivel global (pandemia, crisis logística, etc…).
Nuestro segundo año de vida (2022), terminó siendo nuevamente un año muy complejo, con consecuencias todavía derivadas de la pandemia, y con el inicio de un conflicto armado que no ha facilitado el normal desarrollo de nuestra actividad, y que ha encarecido enormemente los precios de materias primas, componentes y servicios, con un crecimiento de la inflación sin precedentes en la región. Sin embargo, a pesar de que ha sido un ejercicio en el que ha costado tener continuidad con las ventas, afectando a nuestro flujo de caja, éstas se recuperaron en la etapa final del año, y se alcanzaron los objetivos de facturación. Pudimos superar muchas de las adversidades y podemos destacar, como principales hitos:

a) el haber sido seleccionados como una de las 30 empresas beneficiarias del Programa de Internacionalización Galicia Avanza, una subvención que nos ha permitido completar una serie de acciones que ayudarán en nuestro posicionamiento como empresa.
b) el haber sido seleccionados como proyecto innovador y entrar en la aceleradora de la Business Factory Aero (BFAero), a través de la cual nos encontramos desarrollando una nueva solución tecnológica específica para el sector de los vehículos aéreos no tripulados, un mercado muy estratégico y en crecimiento exponencial.
c) nuestro regreso a la participación en ferias de sectores tan diversos como el de la energía, el aeronáutico, el naval, o el de seguridad y emergencias; habiendo encontrado sinergias y posibilidades de negocio en todas ellas, y confirmando que nuestra estrategia de diversificación para fabricar soluciones de acumulación de energía de alta calidad, y en formato portátil, es la correcta.
d) el haber vendido un 35% más de productos que en 2021,
e) el haber ampliado nuestra Red Comercial Internacional con la firma de dos nuevos acuerdos, y el inicio de negociaciones de otras dos potenciales representaciones, que esperamos confirmar durante 2023.

f) el haber recibido varias ofertas por parte de inversores privados de relevancia, que han expresado su deseo de ser parte de la sociedad y del crecimiento de nuestra empresa. Las ofertas se están valorando internamente, y esperamos poder llegar a un acuerdo final de inversión en el segundo semestre de 2023.
g) la obtención de una nueva nave y oficinas para establecer la empresa, a donde nos acabamos de trasladar y desde donde ya estamos operativos. De este modo, ENERCRAFT ha comenzado el año 2023 en unas instalaciones propias y con mayor capacidad para ampliar nuestra producción y poder desarrollar nuevos proyectos.

Modelo de captación /crecimiento: MERCADO INICIAL OBJETIVO

Como escala comparativa entre el mercado de la aviación tripulada (nuestro segmento de mercado original) y el de los UAVs (nuestro nuevo mercado objetivo), utilizaremos el mercado nacional como ejemplo:

* Segmento de aviación tripulada.

Potenciales Clientes en España = 50 operadores registrados en AESA

* Segmento UAVs.

Potenciales Clientes en España = 71,000 operadores registrados en AESA

Estos datos nos dan una idea de la magnitud de la oportunidad de negocio a nivel nacional. Pero la misma proporción ocurre ya, o va a ocurrir, en cualquier otro país del mundo.

COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

ENERCRAFT cuenta ya con una Red Comercial Internacional en expansión, creada en base a la firma de alianzas estratégicas con empresas relevantes en sus diferentes sectores, priorizando siempre la cuidadosa selección de entidades que conozcan sus propios mercados, y que puedan demostrar que aportarán valor al proceso de venta y postventa de nuestros productos, como puede ser la gestión íntegra del proceso de importación desde España a sus territorios.

Como intermediarios, nuestros Socios Comerciales y Distribuidores son responsables de salvaguardar los valores de la marca ENERCRAFT, y de servir a los Usuarios Finales (sus clientes) con la debida diligencia. ENERCRAFT se responsabiliza de la formación inicial de marketing de producto, y realiza posteriormente reuniones periódicas con todos sus representantes, para dar soporte y seguimiento a sus propias estrategias comerciales.

ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN COMERCIAL

La comercialización de la nueva EMA no se cierra solamente al sector de los vehículos no tripulados, que ya de por sí es un mercado enorme, sino que es una solución fácilmente comercializable en cualquier otro sector donde el empleo de grupos electrógenos y/o herramientas o dispositivos que funcionan alimentados por baterías de Li-Ion sea hoy rutinario. En ese sentido, nuestra solución tecnológica podrá comercializarse también en sectores como el de la construcción, inspecciones industriales, mantenimiento de instalaciones, emergencias, eventos, electromedicina, camping, jardinería, deportes… y un largo etcétera.

Como acciones clave a ejecutar, para maximizar los resultados de ventas internacionales de los productos ya existentes y de la nueva familia de productos que hemos desarrollado, podemos mencionar cuatro iniciativas, que consideramos imprescindibles:

1.* Ampliación de nuestra Red Comercial Internacional actual, continuando con la búsqueda y selección de los mejores Socios Comerciales y Distribuidores con especialización en los diferentes sectores de interés, que refuercen nuestra imagen en otros países, y que nos den acceso a nuevos mercados, generando oportunidades de negocio y ventas en sus territorios asignados.

2.* Profesionalizar el uso de Redes Sociales y Comunicación de la empresa, mejorando nuestra llegada al mercado internacional, así como nuestro posicionamiento y nuestra imagen de marca actual, que siempre ha sido gestionada de modo básico, principalmente por falta de recursos.

3.* Inversión en protección industrial y certificaciones de producto. Consideramos fundamental, especialmente para tener acceso a ciertas industrias que son muy exigentes, el poder fortalecer el aspecto formal de nuestra actividad, para generar una percepción de madurez tecnológica, de calidad y de confianza en aquellos potenciales clientes que evalúan la compra de alguno de nuestros productos por primera vez.

4.* Colaboraciones comerciales con socios estratégicos, que dispongan de capacidad industrial con la que poder abarcar un potencial crecimiento del volumen de demanda de nuestros productos, y, por tanto, una mayor exigencia financiera y técnica a la hora de necesitar fabricar series de muchas unidades.

Equipo:

Alberto Jurjo Costa

Cargo: CEO & Chief Commercial Officer

Eduardo Jorge Urquizú

Cargo: CEO & Chief Technical Officer

Los dos socios de ENERCRAFT nos conocimos en 2013, y ambos conectamos desde el inicio. Somos un equipo compuesto por dos ingenieros de continentes distintos, con formación y experiencias profesionales diferentes, y con virtudes y carencias que, de algún modo, se complementan: lo que uno no puede, el otro lo soluciona, y así hemos avanzado juntos durante 10 años.

Las empresas tienen, definitivamente, la suma del carácter, de las habilidades y de los recursos de las personas que las forman. Y, en este caso, nuestro equipo lleva funcionando el tiempo suficiente como para entender que es efectivo. El conjunto es sólido, y quedan cubiertas la gran mayoría de capacidades exigidas por el proyecto. Éste es un equipo resiliente, que domina la tecnología que ha creado, y que sigue adelante a pesar de las dificultades. Ahora estamos ambos establecido en Galicia, y perseguimos ese tan ansiado punto de inflexión que va a suceder para ENERCRAFT en los próximos meses.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/alberto- jurjo- costa- 8b65151b/

AHYRES

Vertical Aero

https://ahyres.com/

Sector/es: Aviation, Energy/Sustainability/Water

Tecnologia/s: Drones, DeepTech

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAero

Problema: Existe una gran red de infraestructuras críticas para el transporte y distribución de la energía en todo el mundo que requieren de inspecciones recurrentes que actualmente son desarrolladas por medios de alto coste e impacto ambiental.

Solución: Ensamblamos Drones (SW y HW) especializados para la captación de datos de manera autónoma de infraestructuras energéticas, reduciendo el tiempo de obtención y el coste de operación hasta un 60%.

Mercado: El mercado mundial de Drones de Inspección generó 1,9 mil millones de dólares en 2021, y se prevé que alcance los 8,6 mil millones de dólares en 2031, creciendo a una CAGR del 16,4%.

Modelo de negocio: El modelo de ingresos de la empresa se diferencia en hardware y software de la siguiente manera:

- Hardware: Los ingresos se obtendrán por la venta de los equipos, y de forma recurrente por los servicios obligatorios de formación y mantenimiento para el uso de los equipos.
- Software: Se basará en el licenciamiento del software, y además se obtendrán ingresos por futuras actualizaciones y microservicios con terceros.

Principales Métricas y/o Tracción: La compañía se fundó con fondos propios por valor de 20.000€, y ha obtenido un volumen de facturación por ventas actual de 40.000€. ACtualmente se va a realizar una ampliación del capital social por incorporación de un nuevo socio por valor de 20.000€, con el objetivo de garantizar la obtención de un crédito ENISA Jóvenes Emprendedores de 75.000€.

Además, se ha logrado obtener financiación pública gracias al apoyo de la Business Factory Aero de Galicia por valor de 40.000€ y del ESA-BIC de la Comunidad de Madrid por valor de 50.000€.

Modelo de captación /crecimiento: Como se muestra en el BMC, la estructura de relaciones se desarrolla bajo la estrategia Obtener, Mantener y Crecer de la siguiente manera:

- Conseguir: Se centra principalmente en mantener un servicio de recepción de clientes que muestren interés por nuestros productos, con tiempos de respuesta inferiores a 48 horas, priorizando el contacto con el cliente a través de internet (web, RRSS), para obtener mejores ratios de posicionamiento (SEO).

Dado que la mayoría de los clientes potenciales requieren en parte de "evangelización" a través de demostraciones técnicas, es imprescindible asistir al mayor número de eventos especializados en tecnologías aplicadas con drones.

- Mantener: Para garantizar la continuidad de nuestros clientes, se desarrollarán dos programas paralelos para formarles en el manejo y mantenimiento de las aeronaves. Los niveles de calidad del programa, así como el feedback recibido en las encuestas de satisfacción, servirán de barrera para evitar que nuestros clientes salten a la tecnología de nuestros competidores.
- Crecimiento: Dada la escalabilidad de nuestra solución y la economía de escala, Ahyres establecerá acuerdos con sus mejores clientes para mejorar las condiciones de adquisición de sus productos por volumen de compra, así como en sus programas de formación y mantenimiento.

Equipo: La compañía cuenta con perfiles que acumulan más de 50 años de experiencia en el desarrollo de Sistemas Aéreos no Tripulados (UAS) y sus subsistemas, permiten a AHYRES obtener soluciones propias y únicas en el mercado, lo que amplía el margen de beneficio y reduce el riesgo frente a competidores que simplemente subcontratan o integran partes en la cadena de valor.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/juancarlosmarincano/

Kreios Space

Vertical Aero

www.kreiosspace.com

Sector/es: Space

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: BFAero

Problema: La industria de los satélites está interesada en orbitar más cerca de la Tierra y habilitar las órbitas terrestres muy bajas. Las órbitas terrestres muy bajas (VLEO) se definen comúnmente como cualquier órbita en el rango entre 100 y 450 kilómetros, mientras que las órbitas donde se opera actualmente se establecen por encima de los 500 km. Esta órbitas muy bajas sin explotar aportan diferentes beneficios, en las que destaca la falta de basura espacial.

El principal beneficio de descender a VLEO es que, al estar más cerca de la Tierra, la resolución tanto para telecomunicaciones como para Observación de la Tierra mejora de forma sustancial. Esto tiene enormes beneficios en muchos sectores diferentes, como la previsión de desastres naturales, el seguimiento de los efectos del cambio climático, la mejora del rendimiento agrícola o la conexión 5G. Además, permite obtener un mejor Signal To Noise Ratio y reducir la latencia para las telecomunicaciones.

El problema es que en las órbitas VLEO hay demasiada resistencia aerodinámica causada por la atmósfera restante. Este factor hace que los satélites salgan de órbita en cortos períodos de tiempo, disminuyendo su durabilidad de más de 10 años en órbitas más altas a un solo día en 200 Km de altura. En caso de que se utilice un sistema de propulsión actual para mantener la órbita, los costes se dispararían hasta un 5000% más.

Más aún, los actuales sistemas de propulsión que podrían solucionar este inconveniente son demasiado grandes y costosos para su uso en este rango de altitudes, ya que se necesita demasiado combustible para llevar a cabo la misión, lo cual es inasequible a nivel económico.

Solución: La solución que propone Kreios Space es el ABEP, el Air-Breathing Electric Propulsion system, que acelera el satélite simplemente utilizando el aire remanente y la energía solar. La principal ventaja es que no requiere combustible para su uso ya que opera con propelente y energía renovable. Además, esto supone una fuente ilimitada de propulsión para el mantenimiento orbital. Cabe destacar que no se requerirá ningún sistema de deorbitación ya que el satélite caerá una vez finalizada su vida útil, solucionando uno de los mayores problemas actuales de los satélites, que es la acumulación de basura espacial.

Mercado: Las ventajas competitivas de cara a la industria son muy claras. Orbitar en VLEO tiene los siguientes beneficios:

- Solución a la fuerza aerodinámica de la atmósfera
- Reducción del coste de las misiones espaciales
- Reducción de la basura espacial
- Aumento de la resolución de la imágenes
- Reducción de la carga útil

Hoy en día no existe tecnología que habilite las órbitas VLEO, y por lo tanto, los beneficios anteriores no se pueden obtener. Sí que es verdad que existen unos pocos competidores que están tratando de desarrollar una tecnología similar a la de Kreios Space. Respecto a esto, la clara diferenciación de la propuesta de Kreios Space es el innovador sistema de captación de aire (intake) diseñado de forma independiente al resto de la tecnología. Se basa en simulaciones realizadas con superprocesadores y software dedicado, lo que ayuda a optimizar la geometría para comprimir y dirigir la mayor cantidad de partículas hacia el generador de plasma. Este prototipo es el primero que se ha testeado y validado en laboratorio, hasta la fecha nadie más lo ha conseguido. En cuanto al generador de plasma, se utilizan ondas helicoidales para generarlo, es decir, los antes mencionados motores HPT. Este es el punto diferencial entre la tecnología de Kreios Space y SITAEL (empresa competidora), ya que SITAEL está trabajando con un propulsor de Hall para generar plasma, lo que limita su vida útil debido a la corrosión causada por el oxígeno atómico. Para solventar esta corrosión se requieren materiales que a día de hoy todavía no se han inventado.

Modelo de negocio: El modelo de negocio de Kreios Space se basa en un modelo B2B, el cual ofrece por un lado la venta de la tecnología de propulsión desarrollada para ser integrada en satélites VLEO, mediante un modelo TaaS (Technology as a Service), y por otro lado el soporte de ingeniería para integrar el sistema.

Se espera que la venta del sistema de propulsión, dependiendo del tamaño y las características del satélite, ronde el precio de 300k€/satélite, mientras que el soporte de ingeniería 1.92M€ por modelo de satélite. Los ingresos estimados vía venta de producto suponen el 65% de los ingresos, mientras que los provenientes de soporte de ingeniería el 35%.

Principales Métricas y/o Tracción: La empresa todavía no está facturando, por lo que no se obtuvieron ingresos en las campañas anteriores. Para este año:

Core Revenues: 300k€
EBITDA: 227k€
MRR: 25k€
Monthly Burn rate: 25k€
Runway: 18 meses
Año 2023

- Estudio inicial de la implementación aerodinámica de la toma de aire (intake) en un modelo de satélite de 100kg, caracterización de propiedades y comportamiento y optimización de los parámetros dentro de los límites de la plataforma de satélite.
- Adaptación y validación del entorno de simulación aerodinámica a partir de los resultados de las pruebas de laboratorio (en curso).
- Innovación y desarrollo de ideas novedosas en el diseño de la toma de aire para conseguir mejorar la eficiencia y obtener así una ventaja competitiva en la propiedad intelectual del diseño de la toma de aire (en curso).
- Siguiendo el plan de proyecto para el desarrollo de un nuevo prototipo con el cual se pretende estudiar a fondo la tecnología con el fin de entenderla y optimizarla, se ha realizado con éxito el diseño y construcción de una nueva Birdcage antenna. La finalidad de ésta es validar el proceso de diseño realizado en 2022, y así proceder con el diseño de varios modelos con diferentes geometrías de dicha antenna para ser implementados en el nuevo prototipo de propulsor de radiofrecuencia (RF) basado basado en ionización mediante ondas Helicon.
- Recientemente se ha validado el proceso de diseño de la Birdcage antenna para esta aplicación. Los resultados de las medidas realizadas en la antena se correlacionan con las simulaciones.

Modelo de captación /crecimiento: Dado que se trata de un modelo B2B o incluso B2G, la estrategia de salida al mercado es bastante especializada para cada cliente. Sin embargo, esta estrategia ha sido diseñada para describir el proceso que se seguirá desde el momento en que se identifica y se contacta a una empresa, hasta que se cierra el primer contrato con ella. Tentativamente, se seguirán las siguientes etapas, aunque pueden variar según el contexto:

1. Primer acercamiento: Una vez que se han identificado las posibles empresas clientes, se hará el primer contacto, describiendo de manera sintética el proyecto Kreios Space y por qué podría ser interesante para el cliente. Se puede adjuntar una primera presentación para dar solidez al mensaje. Para obtener estos contactos, los congresos, ferias y conferencias espaciales en los que Kreios Space asiste tienen un papel fundamental. La idea es acceder al cliente a través de contactos en común. Si no hay ningún conocido dentro de la empresa, se realiza un correo electrónico frío. La intención de este primer contacto es programar una primera reunión con el cliente.
2. Primera reunión: La primera reunión es de naturaleza no técnica, y se lleva a cabo para que ambas empresas puedan conocerse mejor. Por parte de Kreios Space, solo es necesaria la presencia del CCO. En esta primera reunión, el objetivo es programar la siguiente reunión más técnica, y también se intenta obtener una Carta de Intención por parte del cliente.
3. Reuniones técnicas: Firmado un NDA previo (Acuerdo de No Divulgación), las reuniones técnicas consisten en tratar con más detalle todas las demandas y desafíos por parte del cliente a nivel tecnológico, con el fin de adaptarse mejor al cliente y estudiar sus características técnicas. En la primera reunión técnica, asisten al menos el CTO y el CCO de Kreios Space. Es posible celebrar más de una reunión de este tipo, con el fin de abordar mejor todos los subsistemas. En las reuniones siguientes, el CTO siempre asiste acompañado del jefe del departamento correspondiente.
4. Primer borrador del contrato/colaboración: En base a la información obtenida en las reuniones técnicas y los requisitos del cliente, se diseña un primer presupuesto para el contrato, a la espera de la retroalimentación del cliente.
5. Negociación: Una vez enviada la primera propuesta de contrato, es posible que el cliente sugiera ciertos cambios en los paquetes de palabras y el presupuesto. Durante este período, se intercambian varias propuestas de presupuesto y se pueden programar reuniones para discutirlo con más detalle y llegar a un acuerdo. El CEO de Kreios Space también asiste a estas reuniones.
6. Firma del contrato: Una vez acordado el presupuesto y todas las características del contrato, se firma el contrato.

El sector de los satélites ya es un mercado internacional. No hará falta hacer una globalización de las ventas, ya que se empezará directamente vendiendo a todo el mundo. Actualmente ya se cuenta con 5 cartas de interés, tanto del mercado nacional, europeo y de Estados Unidos. Kreios Space también cuenta con mentores comerciales en Estados Unidos, lo cual facilita la entrada al mercado americano.

Equipo: Actualmente, el equipo de Kreios Space está compuesto por un total de 6 profesionales altamente calificados en el campo de la Ingeniería Aeronáutica, así como en la Gestión de Proyectos y el Desarrollo de Negocios. El equipo directivo está compuesto por el CEO y cofundador, Adrián Senar, el CTO y cofundador Jan Mataró, y el CCO y cofundador Francisco Boira.

A nivel de departamentos técnicos, la compañía está estructurada en tres departamentos diferentes liderados por los tres socios fundadores. Específicamente, Adrià Barceló lidera el departamento de generación y aceleración de plasma, Max Amer dirige el departamento de sistema de admisión de aire y, finalmente, Francisco Bosch encabeza el departamento de diseño de misiones.

1. Adrián Senar Tejedor (CEO y cofundador). Ingeniero Aeroespacial.
2. Jan Mataró Núñez (CTO y cofundador). Ingeniero Aeroespacial.
3. Francisco Boira Gual (CCO y cofundador). Ingeniero aeroespacial con experiencia en marketing y desarrollo de startups.
4. Adrià Barceló Gregoriano (jefe de departamento de Plasma y cofundador). Ingeniero aeroespacial con doble máster en ingeniería aeronáutica en la Universidad Politécnica de Cataluña y otro en astronautica en la Universidad de Cranfield.
5. Max Amer Viñas (jefe de departamento de Aerodinámica y cofundador). Ingeniero aeroespacial con doble máster en ingeniería aeronáutica en la Universidad Politécnica de Cataluña y otro especializado en Dinámica de Fluidos Computacional en la Universidad de Cranfield.
6. Francisco Bosch Lloveras es el jefe del departamento de diseño de misiones y cofundador de la empresa. Es ingeniero aeroespacial y tiene un doble máster en ingeniería aeronáutica de la Universidad Politécnica de Cataluña y otro en astronautica de la Universidad de Cranfield.

En cuanto a los advisors, están apoyando a Kreios Space:

- Georg Hedrich: Jefe del departamento de propulsión eléctica y túneles de viento de plasma en IRS (Universidad de Stuttgart). PhD y experto en VLEO después de la experiencia adquirida liderando el FET Open DISCOVERER en IRS
- Craig L. Moll: ex presidente comercial y desarrollo de Mercado en SpaceLink (EEUU) y fundador de PATHFINDER Space Advisors.
- Francisco Badía: consultante senior de inversión en Grow Venture Partners.
- Daniel Garcia Almiñana, subdirector de ESEIAAT (UPC), doctor en ingeniería ambiental, forma parte del grupo de investigación TUAREG (Turbulence and Aerodynamics in Mechanical and AerospaceEngineering Research Group) de la UPC.
- Konstantinos Papavramidis, ingeniero de sistemas de propulsión y de testeo, tiene formación académica en Ingeniería aeronáutica y en ingeniería mecánica.
- Miquel Sureda, doctor en aeronáutica y espacio (UPC), físico, ingeniero aeroespacial y doctor en propulsión espacial.
- Andrés Martínez, actual jefe de ventas y estrategia de Telespazio Alemania. Ingeniero y experiencia como líder comercial en la industria aeroespacial europea.
- Samantha Azad, ingeniera de operaciones en Rolls-Royc.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/adri%C3%A1n- senar-tejedor- 853426188/

Sense Aeronautics

Vertical Aero

https://senseaeronautics.com/

Sector/es: Aviation, Mobility, Telecomunications

Tecnologia/s: DeepTech, Drones, Inteligencia Artificial, Robotic

Aceleradora/Programa de aceleración: Ignicia

Problema: Los servicios que se pueden dron hoy en día con drones están limitados por seguridad a vuelos en la línea de vista del piloto y a espacios aéreos segregados. Las tecnologías que garanticen la seguridad de operaciones más complejas, llevarán a la industria a un nuevo nivel de autonomía y rentabilidad.

Solución: Nuestro primer producto es un sistema de detección y evitación (DAA) basado en visión artificial. Permite que el dron evite de manera autónoma obstáculos en su vuelo. La video-analítica presenta frente a otras tecnologías ventajas en cuanto a coste, peso y flexibilidad de integración.

Mercado: Pese a que el mercado de los servicios con drones lleva años creciendo con doble dígito anual, se espera un crecimiento exponencial cuando servicios como el reparto o el aerotaxi pasen de fase experimentale a explotación. Hay por tanto un gran mercado aún por explotar en cuanto la normativa lo permita. Las autoridades de seguridad aérea ya han identificado los sistemas DAA como una de las componentes necesarias para estos escenarios. Nuestra aproximación basada en IA presenta claras ventajas frente a tecnologías como el radar, sobre todo en drones medianos y pequeños.

Modelo de negocio: Ya que nuestro producto es un HW + SF planteamos de partida un modelo mixto de compra de equipamiento y licencia de software. También hay escenarios en los que se nos pide y hemos desarrollado una versión cloud de nuestro sistema, y ahí,como software puro, el modelo sería el de un SaaS.

Principales Métricas y/o Tracción: Estamos aún en fase de incubación dentro de Gradiant y nos constituiremos como empresa a finales de este año.

Modelo de captación /crecimiento: La llegada a mercado la planteamos en dos fases. Nuestros primeros clientes serán operadores que pueden instalar directamente nuestro sistema en su flota de drones. Es un mercado bastante fraccionado de pequeñas empresas, que nos servirá como entrada en la industria. El siguiente pasó lógico son los fabricantes de drones con los que trabajaremos a nivel comercial y de ingeniería, para que los siguientes modelos de sus drones lleven incorporado nuestro sistema. En ocasiones son también operadores. Hablamos de un mercado más concentrado de unas pocas empresas con la capacidad de darnos escala.

Equipo: CTO, hasta ahora Head of Video Analytics en Gradiant
CCO, responsable de negocio internacional en Gradiant
CEO, anteriormente director de Innovación de Kaleido Logistics
+ 3 ingenieros a tiempo completo (aeronáutica, industrial/robótica y telecomunicaciones)

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/fgago/

authUSB,S.L.

Vertical Aero

www.authusb.net

Sector/es: Cybersecurity/Privacy

Tecnologia/s: Cybersecurity, SaaS, IoT

Aceleradora/Programa de aceleración: Viagalicia

Problema: Actualmente los ciberataques son una de las principales amenazas de la sociedad, sobretodo en las organizaciones, exponen información confidencial, la secuestran, la alteran y/o la roban, ponen en riesgo la estabilidad de un país, de una empresa, de un sector. Ponen en riesgo vidas.
Para entornos con redes aisladas o clasificadas (redes industriales, Defensa, Infraestructuras Críticas, Administración Pública), los dispositivos USB son necesarios para la trasferencia de información y de actualizaciones puesto que son redes sin conectividad a internety sin acceso por ningun otro medio a ellas. Los dispositivos USB son también un medio de ataque. Estos pueden contener tres niveles de amenazas, Sw. (Virus), Hw. (Tipología Bad USB), Eléctrica (Tipología USB Killer). Las soluciones que existen en el mercado cubren parcialmente esta brecha de seguridad, tipología Sw. a través de antivirus y parte de la tipologia Hw. a través de listas blancas.
Existe la amenaza eléctrica y otro medio de protección más fiable para la amenaza Hw, ademas de protocolizar, gestionar y auditar todos los dispositivos de almacenamiento USB que circulan por las organizaciones.

Solución: Desde authUSB hemos desarrollado una Solución, SafeDoor, solución Hw. con Sw. embebido, que ademas de proteger frente a los tres niveles de ataque, ofrecemos gestión, trazabilidad y auditoría de todos los dispositivos USB, ususario y contenido que circulan por las organizaciones.

Mercado: Las soluciones existentes en el mercado no protegen de la totalizad de nos ataques (Hw.,Sw.,Eléctrico) que por medio de dispositivos USB puedes producirse.
Con ellas no se pueden establecer procedimientos, ni protocolos de actuación dentro de las organizaciones. No protegen, no gestionan, no autitan, no aportan trazabilidad, en definitiva no miden, no controlan.
Nuestra solución SafeDoor ofrece al mercado una respuesta global a las ciberamenazas a través de USB, un acceso seguro para el trafico de informacion a través de este medio, protocolos, gestión auditoría, trazabillidad. Control y seguridad.
Es una solución certificada y evaluada por un laboratorio independiente y está dentro de los catálogos de productos TIC Seguros.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio es el siguiente:

- Venta del Dispositivo HW.: aprox. 1.800,00 € unidad.
- Licenciamiento anual de la Consola Central. Software de Gestión, auditoría y trazabilidad. : aprox. 400,00 € por unidad Safedoor vinculada / año.
- Soporte y mantenimiento anual. Las actualizaciones, incidencias y el soporte se canalizan a través de este servicio. Tanto de la unidad SafeDoor como de la Consola Central.: aprox. 325,00 € unidad / año.

Principales Métricas y/o Tracción: Margen sobre costes directos 85%
Crecimiento en número de clientes con respecto al año anterior de un 55%.
Fidelización: 90%.

Modelo de captación /crecimiento: La llegada a clientes es a través de partners, firma de acuerdos con los grandes jugadores del sector de la Ciberseguridad. Accenture, Deloitte, Ingram Micro, Telefónica, Secure & IT,...
Nuestra red de comerciales se multiplica cada vez que firmamos un acuerdo con un partner. La red de clientes que dispone cada partner nos da acceso a una cartera fiabilizada y con sus necesidades ya identificadas.
Nuestra estrategia es posicionar authUSB en el mercado como marca fiable y segura, que sean los propios clientes los que validen en el mercado ante el resto de clientes y partner a la solución.
Para ello necesitamos visibilidad por medio de ferias sectoriales especializadas, acompañado siempre de uno de nuestros partners con mas peso, patrocinio de eventos y presentación de nuestra solución.

Equipo: El equipo fundador está compuesto por:
Jorge Vega: CTO y desarrollador de la Solución. Lleva más de 25 años trabajando dentro de los departamentos de I + D de compañias tecnológicas. Referencia Marine Instruments.
María Cobas: BDM. Más de 35 años de experiencia profesional en el sector bancario. Directora de Oficina cEntral de Caja España en Vigo.
Estefanía Soto: CEO: 25 años de experiencia en dirección y gestión de empresas. Sector consultoría, auditoría, construcción, tecnologico.
Responsable administrativo de la Dirección Regional Sur (Andalucía, Levante y Extremadura) de una constructora con mas de 1.500 empleados en plantilla.
El equipo está equilibrado, dentro de las divisiones funcionales de las organizaciones, la pata de desarrollo técnico, la pata comercial y la pata de dirección y gestión está cubierta. Como conocedores de nuestras habilidades y tambien carencias somos capaces de detectar las necesidades de la compañia en cada uno de los campos para dotar de estructura para un crecimiento coherente y razonable a la compañía.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/estefan%C3%ADa-soto-azpitate-2823021b?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_contact_details%3B7p3bQp%2FSRv6KylibzH4GvA%3D%3D

NM - IOT

Vertical Food & Agro

https://nm- iot.com/

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Blockchain, IoT, SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: El problema de la conectividad es una asignatura pendiente en muchos sectores. Estos son sectores tradicionalmente que operan sin la necesidad de tomar decisiones basándose en datos, como puede ser el sector agroalimentario. Además tienen el hándicap de que la conectividad es un problema, ya que bien sea por las "cosas" que no disponen de ella o lo complicado técnicamente que es que dispongan de la misma.

Desde nuestra opinión, pensamos que existe un mercado para introducir la IoT no intrusiva como una solución asequible y al alcance de todos, que va a permitir que no crezca la brecha digital entre el mundo conectado y el no conectado, sin la necesidad de tener que realizar grandes inversiones o renovar maquinaria.

Solución: Desarrollar el hardware para la captura de datos a través de IoT no intrusiva, suministrar la conectividad y también ofrecer las visualizaciones y el análisis de datos a los clientes. Son soluciones que buscan estandarizar una conectividad no intrusiva que se pueda utilizar en diferentes sectores y mercados, sin la necesidad de un gran desembolso económico y que sea de fácil adaptación para los clientes, independientemente de su actividad, que puede ir desde la gestión de datos de explotaciones agrícolas, logística, fábricas...

Mercado: Las soluciones actuales no están pensando en la NO CONECTIVIDAD, sino que solamente piensan en la CONECTIVIDAD. Esto produce un GAP y puede producir una brecha digital entre el mundo conectado y el conectado, que dejará en una posición de debilidad a las empresas que se encuentren en el mundo no conectado, ya que además de no poder apoyarse en los datos para la toma de decisiones, tampoco van poder renovar sus bienes de equipo porque realmente tienen un coste muy alto, que en la mayoría de los casos no justifica la inversión.

Modelo de negocio: Hasta este momento nos hemos financiado con recursos propios, debido a que hemos vendido varias soluciones, esto nos ha permitido mejorar nuestros desarrollos y diversificar apuntando hacia otros sectores.

Somos conscientes de que a medida que vayamos creciendo las necesidades de financiación están ahí. La situación actual es que existen proyectos que necesitaremos circulante para poder atender o tendremos que renunciar. Esta es la fase en la que nos encontramos actualmente.

Principales Métricas y/o Tracción: Ventas de proyectos

Modelo de captación /crecimiento: En la actualidad estamos trabajando en proyectos ad hoc para clientes, en la mayoría de los casos empresas que ven en la IoT no intrusiva un aliado para complementar su modelo de negocio, es el caso de una empresa de software industrial que a través de nuestra solución va a poder monitorizar también las máquinas que son de otros fabricantes y así cruzar los datos del software con los datos reales de las máquinas.

También estamos trabajando en nuestros propios casos de uso como es ACUIOT o AGRO 4.0 que este mismo año después de nuestro paso por BFfood 2022 hemos vendido.

Además estamos colaborando con empresas de conectividad que quieren crecer con el negocio de la IoT buscando soluciones a retos que nos plantean.

Equipo: Se trata de un equipo versátil, multidisciplinar y con capacidad de buscar y desarrollar soluciones que realmente impacten en la sociedad y en el mercado. Un equipo compensado donde cada uno juega un papel relevante en su área y que cuenta con la confianza absoluta de los restantes miembros del equipo.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/divago/

Dairypet SL

Vertical Food & Agro

https://yowup.com/

Sector/es: Social Impact/Humanitarian Technologies, Energy/Sustainability/Water, Food/Agri tech, Fashion, Logistic/Retail

Tecnologia/s: Big Data

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: En Europa, al contrario de los paises anglosajones no existe la categoria de productos lacteos para mascotas, y desde Galiacia, una de las 7 potencias lacteas de Europa se pueden adaptar productos nutricionalmente, incorporando funcionalidades adhoc para perros y gatos y en fomatos de conveniencia para el petfood que es la categoria que mas crece de manera sostenida en el mercado en los ultimos 5 años

Solución: Desarrollamos una gama de productos lacteos fermentados de larga vida, en formato pouch y con sabores y funcionalidades que ademas de gustarles, como es natural les sienta muy bien,

Mercado: No hay un gran desarrollo de productos lacteos fermentados sin necesidad de frio, adpatados a un mercado que no tiene cadena de frioy necesita minimoun año de caducidad

Modelo de negocio: Ultima ampliacion de capital se cubrio con socios estrategicos, y se dio una valoracion de la empresa de 3 mill de euros

Principales Métricas y/o Tracción: Hemos iniciado la comercializacion en marzo 2023, cerrandocon 325.000 euros de facturacion en el 22 y esperamos estar cerca del millon de euros al cierre del 23.

Tenemos una penetracion en España en especializado y en retail de hipers del 50% ponderada, y esperamos alcanzar al menos el mismo 50% de este exito en 4 paises de la UE, Portugal, Italia, Francia, Alemania y UK.

Hemos exportado en estos primermos 9 meses en Singapur, Kuwait, Dubai, Taiwan, y esperamos alcanzar al cierre de 23 los 20 paises en el esterior

Modelo de captación /crecimiento: En 10 meses desde el lanzamiento del producto tenemos solo en España 2.000 puntos de venta, 60% especializado y 40% retail, mas estamos vendiedno en mas de 15 paises entre Europa y fuera de Europa

Equipo: Andres olmedo es un quimico, con 30 años de experiencia en el desarrollo de productos lacteos y en especial en lacteos fermentados de larga vida, es el desarrollador de producto

Pablo Gomez es Licenciado en Ciencias del Trabajo con mas de 10 años de experiencia en la gerencia y direccion de industrias lacteas y es el encargado del desarrollo de negocio.

El equipo lo complementa Miguel, Entrenador canino, Jose Luis, Nutricionista y Farmaceutico, y Carlos, asesor laboral y fiscal

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/pablo- gomez- 1b2b9515/

NIGAL

Vertical Food & Agro

www.nigal.net/

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Big Data, Inteligencia Artificial, IoT, SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: Libatio es un sistema integral para la monitorización en tiempo real de la calidad y el volumen del vino durante la etapa de maduración con el fin de reducir las pérdidas por evaporación y mejorar la toma de decisiones, supliendo de este modo la ausencia de un sistema de control de la maduración del vino eficiente. Este sistema es la solución para resolver un conjunto de necesidades de los productores de vino tanto a nivel nacional como internacional. Este es un producto disruptivo para el sector, ya que, aunando tradición (actúa de forma no invasiva y respeta la estética tradicional) y modernidad (integra IoT con Inteligencia Artificial), permite digitalizar la etapa de maduración, actualmente la menos tecnificada de la cadena de valor. Asimismo, es un producto escalable a otras industrias del sector de la elaboración de bebidas como las del whisky, ron o tequila.

Solución: Libatio es un sistema integral para la monitorización en tiempo real de la calidad y el volumen del vino durante la etapa de maduración con el fin de reducir las pérdidas por evaporación y mejorar la toma de decisiones. Está formado por un tapón o tapa inteligente para el control de barricas de madera o depósitos de acero respectivamente, un dispositivo de sensorización ambiental para el control de la sala, y una plataforma web y móvil que permiten visualizar y controlar los parámetros recogidos. Estos datos adquiridos por los sensores, se procesan con algoritmos de Inteligencia Artificial hechos a medida para obtener correlaciones entre las variables. Incluye la medición automática del volumen, un sistema de notificaciones y alarmas y un modelo que estima las condiciones ambientales óptimas, el porcentaje de pérdidas por evaporación y predice la calidad del vino.

El sistema tiene un gran impacto en la etapa a todos los niveles, ya que permite reducir el consumo energético, el tiempo y los recursos dedicados a tareas manuales de escaso valor añadido y las pérdidas de producto por evaporación; permite mejorar la toma de decisiones y anticiparse a los inconvenientes que puedan surgir mediante el sistema de notificaciones alarmas ante desviaciones, y además permite estandarizar y controlar la eficiencia del proceso y la calidad del producto final.

Mercado: Actualmente hay dos tipos de sistemas para la monitorización de la etapa de maduración: los de control de la sala (permiten gestionar el ambiente de forma remota en función de los parámetros establecidos por la bodega, pero no en función de datos objetivos recogidos en el proceso, como sí hace Libatio) y los de monitorización del interior de barricas (para el control del nivel de líquido y temperatura). Libatio da un paso importante en lo relativo a la gestión y monitorización del proceso de maduración, combinando en una solución integral lo último en IoT con Inteligencia Artificial que estima la calidad del producto y predice las mermas en función del proceso. De acuerdo con esto, la gran ventaja de Libatio con respecto a las demás soluciones del mercado radica en el procesamiento de los datos recogidos por los sistemas de sensorización y su estudio por parte de expertos matemáticos en colaboración con enólogos. Libatio no solo monitoriza sino que analiza lo que sucede durante la maduración y es capaz de incorporar el conocimiento experto de los bodegueros.

Nuestros principales competidores son Onafis(Francia), Winegrid (Portugal) y AEB Group (Italia), quienes también están trabajando en el desarrollo de tapones inteligentes, pero se centran más en la monitorización para un control a tiempo real de las barricas.

Sin embargo, Libatio además de digitalizar el proceso de maduración del vino mediante la monitorización de variables clave, también busca optimizar el proceso centrándose en la reducción de la evaporación y en la calidad mediante el uso de algoritmos de Machine Learning que estiman y predicen el volumen en la barrica y tras variables clave como el oxígeno.

El monitoreo de la evaporación en esta última fase es aún más importante debido a la larga duración de este proceso y a las pérdidas económicas que genera. De hecho, ambas tecnologías podrían ser complementarias, ya que, aunque Libatio actúa en la fase de maduración, es un sistema compatible con las distintas tecnologías implantadas en las demás etapas de la cadena de valor, permitiendo a los productores tener un control completo sobre todo el proceso de elaboración del vino.

Modelo de negocio: La empresa presenta un modelo de negocio consistente en generar servicios a bodegas con el objetivo de mejorar la calidad y la rentabilidad mediante el control de la merma de vino en barricas de madera. La comercialización de la plataforma se contempla como SaaS. La contratación del servicio se realiza de forma periódica con renovaciones anuales a lo que hay que añadir la suma de los costes asociados durante la instalación del sistema de recogida de datos como pago único. Por tanto, habrán de hacer una inversión inicial de 3000€ por la adquisición del hardware y equipamientos de medida (5 tapones) y una licencia de uso anual de 150€ al año (12,50 €/mes) con los primeros 6 meses gratuitos para las bodegas, y de 300€ anuales para licoreras (relación mayor valor - mayor precio del producto).

A la hora de estimar el número de ventas tendremos en cuenta el número de bodegas que se espera conseguir. Además, se considera una tasa de permanencia de los clientes del 100%, por lo que el número de bodegas tiene carácter acumulativo. Las ventas serán por tapón, es decir, por activo al que se conecta la plataforma y por bodega se estima una venta media (tirando a la baja) de 50 tapones (también con carácter acumulativo). Así que, teniendo en cuenta que para el año 2027 se pretende adquirir una cuota de mercado nacional, a la baja, del 2.2% (100 de un total de 4373 bodegas), 60 bodegas de vino internacionales y 70 empresas internacionales de bebidas alcohólicas, mediante el presente modelo de negocio los ingresos totales esperados en el plazo de 5 años son de 4.380.000€

Principales Métricas y/o Tracción: Nigal ha cerrado el 2022 con un EBITDA positiva y un total de ingresos de aproximadamente 150.000€. Esperamos llegar a los 200.000€ de ingresos en el año 2023 mientras comercializamos nuestros productos para ya en el 2024 alcanzar el medio millón de ingresos. Hemos crecido más del doble en el pasado año y contamos con 8 personas en nuestro equipo. Como se ha explicado anteriormente, con nuestro producto Libatio, esperamos una retención del 100% de los clientes debido al valor y a la necesidad que genera Libatio en las bodegas y en las empresas de bebidas alcohólicas.

Modelo de captación /crecimiento: La estrategia de marketing se basa en la puesta en valor de lo que Libatio aporta al cliente, presentando el producto como una inversión, haciendo hincapié en sus fortalezas e impacto a ni-

vel económico, tecnológico y ambiental. Además, es imprescindible crear con el cliente una relación basada en la fidelidad y la confianza. Por ello, adquiriremos el compromiso de ofrecer al cliente siempre lo mejor basado en sus necesidades concretas para conseguir una tasa de retención del 100%, ya que son empresas que no acostumbran a cambiar de proveedores si están contentos.

Nuestra estrategia de marketing y promoción será el desarrollo eficaz de los planes de mercado a nivel nacional e internacional, por medio de la utilización de los siguientes canales, dependiendo del tipo de mercado al que nos dirigimos.

Los principales canales utilizados a nivel regional y nacional son:

- Red de contactos: A pesar de que Nigal es una empresa joven, ya goza de experiencias de éxito en varios sectores como el forestal o el pesquero, lo que facilita que la red de contactos sea cada vez más extensa.
- Participación en Programas de Innovación: Libatio ha sido seleccionado para formar parte del programa europeo S3Food y del Programa Conecta Hubs, y está siendo validado en una destacada bodega gallega. La participación en estos programas, además de una gran fuente de financiación para el desarrollo del producto, se convierte en una importante técnica comercial que hace crecer la red de contactos y fomenta la notoriedad de Libatio por medio del boca a boca.
- Boca a boca: La implantación exitosa del sistema en bodegas gallegas y catalanas las convertirá en prescriptoras del valor de este producto, lo que nos facilitará el contacto inicial con otros clientes potenciales.
- Asistencia y participación en ferias y eventos del sector como el para incrementar la notoriedad de la marca Libatio y establecer contacto con posibles clientes a través de reuniones programadas o con la compra de espacio para la instalación de un stand propio. Un ejemplo es de nuestra asistencia en noviembre de 2022 al evento Wine Next Generation organizado por la Federación Española del Vino (FEV) y su Hub de Digitalización y Vino.
- Página web de Nigal: la propia web de empresa muestra información detallada de forma visual de los productos desarrollados por la empresa, entre ellos Libatio. Planeamos incorporar case studies de nuestros clientes.
- Marketing digital apoyado en redes sociales (Linkedin, Twitter): el marketing digital es vital para cualquier empresa, y más si, como es el caso, se trata de una empresa pequeña y de base tecnológica como es el caso de Nigal. La gestión efectiva permite elevar la audiencia y convertir a personas inicialmente interesadas en los contenidos en clientes potenciales.

A nivel internacional, contaremos en la medida de lo posible con colaboradores que comercialicen y den soporte técnico en ese país. No obstante, y aunque nuestros recursos propios estén más centrados en la estrategia de marketing nacional, los canales que apoyarán la difusión internacional de Libatio son:

- Asistencia y Participación en ferias y eventos del sector: Libatio ya ha estado presente en abril de 2022 de la mano de Nigal en Anuga Foodtec (Alemania). Además, por medio de la participación en una misión comercial organizada por el IGAPE en México en septiembre de 2022, se han logrado contactos y reuniones que han fructificado en la adquisición de los primeros clientes en este país.
- Redes sociales y página web: Se generarán contenidos en diferentes idiomas, promocionando publicaciones en territorios de interés. La página web de Nigal dispone de traducción al inglés.
- Asimismo, para reforzar la estrategia, NIGAL tiene en cuenta otras vías como programas de ayuda y formación para la internacionalización que ofrecen tanto ICEX a través del Programa ICEXNext como las Cámaras de Comercio con el Programa Xpande, entre otros organismos estatales. Existen también apoyos autonómicos como el del IGAPE a través de Galicia Exporta o de Zona Franca de Vigo con el programa VíaExterior.

Inicialmente, la comercialización de Libatio se ha enfocado en las bodegas gallegas, dada su proximidad geográfica y la importancia del sector vitivinícola en la comunidad. Nuestros principales mercados internacionales objetivo a nivel europeo son Francia e Italia, ya que estos dos países junto con España, aglutinan el 75% de las hectáreas de viñedo de la Unión Europea, cifra que a nivel mundial se traduce en un 34%. Además, a medio-largo plazo planeamos acceder a otros países como Reino Unido, Irlanda, Alemania y Polonia centrado en la industria licorera.

No obstante, el comienzo de nuestro proceso de internacionalización ha tenido lugar en México, donde la industria del vino y sobre todo la tequilera tienen un gran peso. Una vez el mercado mexicano esté asentado, planeamos extender la estrategia comercial a Chile.

Por otro lado, hemos de diferenciar entre dos tipos de bodegas, pues las necesidades y el impacto serán también diferentes:

- Bodegas grandes: producen un elevado volumen de vino. Así que, el impacto a nivel energético es mayor en estas bodegas, ya que necesitan más energía para producir ese gran volumen. A nivel económico, el impacto es notable, ya que la producción aumentará considerablemente y su consumo energético se reducirá casi un tercio con respecto al actual.
- Bodegas pequeñas: producen volúmenes más pequeños y, habitualmente, con alto valor añadido. A nivel económico, el impacto es mayor, ya que se reducirán significativamente las pérdidas de materia prima, permitiendo así generar un beneficio económico adicional gracias a la comercialización de un mayor volumen de vino de alto valor añadido.

Equipo: Nigal cuenta con un equipo comprometido al máximo con las soluciones que benefician a las industrias, ayudándolas a ser más eficientes y más productivas. Con el fin de asegurar el éxito de nuestros productos y proyectos contamos con personas procedentes de diferentes campos, cubriendo de esto modo todas las etapas de desarrollo y comercialización de los mismos. Aunque todos los miembros del equipo son jóvenes, el conocimiento y la experiencia profesional es uno de nuestros aspectos más diferenciadores, especialmente en Inteligenia Artificial y Data Science. Nuestro equipo actual tiene experiencia internacional, lo que nos permite crecer en ese ámbito.

El equipo fundador y su experiencia es el siguiente:

Lara Andrea Neira González, CEO.

Adrián Rodríguez Sanjurjo, CDO.

Elena Alonso Rodríguez, CMO.

David Fernández García, CTO.

Anxo Asensio Díaz es desarrollador de software y diseñador gráfico.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/lara- neira- 88411365/

Himikode Tech S.L.

Vertical Food & Agro

https://himikode.com/ | http://hkcoffee.himikode.com/home

Sector/es: Food/Agri tech, Telecomunications, Other

Tecnologia/s: Big Data, Inteligencia Artificial, IoT, SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: La industria alimentaria que opera como marca en el canal Foodservice pierde el control sobre lo que ocurre con sus productos y equipamientos cuando estos entran en dicho canal. Es importante destacar que, en el modelo de negocio de esta industria y, concretamente en los tostadores de café, son ellos los que financian los bancos de máquinas, pero no disponen de información en tiempo real y centralizada de los procesos que ocurren en sus equipamientos.

Con nuestro sistema, los tostadores de café tienen una herramienta de control sobre los equipamientos y procesos de elaboración de su producto cuando este entra en el canal Foodservice extendiendo su cadena de valor hasta el consumidor final. A través de la captación de datos y su procesado por algoritmos propietarios y modelos de IA, ofrecemos conocimiento a la industria de lo que ocurre en sus clientes hosteleros para incrementar su facturación, optimizar sus recursos e incrementar su sostenibilidad y agilidad competitiva.

Solución: Nuestros productos responden a un Sistema de inteligencia de negocio para Industria Alimentaria que opera como marca en el canal Foodservice y para el Foodservice organizado. Somos la única solución que monitoriza en tiempo real los procesos de elaboración del café interconectando molinos y máquinas espresso. A través de una sensórica plug&play y una plataforma de análisis de datos propia con redes neuronales desarrolladas para atender cada caso de uso. Aprovechamos la fuerza comercial de nuestros clientes para implantar nuestra solución, capturar datos y aplicar nuestra matemática en tiempo real para aportar conocimiento a la industria alimentaria y al canal horeca, y así, incrementar su eficiencia y agilidad competitiva. Hk:coffee es la herramienta definitiva para ayudar a controlar el negocio del tostador de café que vende su producto al canal Foodservice y que cuenta con un gran número de máquinas distribuidas por todo el territorio peninsular. Hk:coffee permite a los tostadores monitorear el consumo y el tipo de consumo, para ayudar al equipo de ventas a detectar fraudes y no sobredimensionar los equipos que colocan en sus clientes. Alcanzando un incremento en sus ingresos de más del 10%. También ayuda al departamento de compras a optimizar su servicio técnico (a través de un sistema de alerta de mantenimiento preventivo y control de vida útil de equipos y repuestos), reduciendo el número de incidentes en un 30%. Para el departamento de barista y calidad, permite monitorear de forma remota la calidad de la elaboración del café y planificar las visitas que realizan los baristas para controlar el cumplimiento de los estándares de la marca. Con este sistema, los tostadores pueden optimizar sus recursos y aumentar su sostenibilidad al reducir los desperdicios, reduciendo el desplazamiento del equipo de baristas, controlador y servicio técnico. Otro cliente relevante son las cadenas de Foodservice especializadas en café. Somos la herramienta de control que les permite garantizar la repetición de la experiencia de consumo, y la "taza única" para todos sus puntos de venta.

Mercado: Le damos al tostador la transparencia y el control de cada taza de café. Transformando el banco de máquinas de café en equipamientos inteligentes conectados para asegurar la calidad de elaboración y la repetición de la experiencia de consumo. A nivel de producto, somos la única solución que permite monitorizar la trazabilidad en la elaboración de cada taza de café, desde el grano a la taza, garantizando la calidad en cada elaboración, además de ser una solución plug&play multimarca y multidispositivo. Además, con el enfoque de sistema integral, nuestra plataforma de explotación de datos permite la integración de cualquier canal de captación de datos, como sistemas de monitorización de afluencias, nuevos equipamientos y fuentes de datos externas o conectarse con los propios sistemas del cliente - ERP, CRM, TPV...

Como modelo de negocio, estamos entrando en un mercado grande y creciente. Actualmente estamos centrados en la industria del café, pero tenemos una estrategia transversal de entrada en otros verticales, como es la cerveza y la repostería de quinta gama gracias a la estandarización en el desarrollo de nuestro hardware, que permite integrar nuevos equipamientos con pequeñas adaptaciones de las señales capturadas.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio combina un setup a un coste reducido y un modelo SaaS, para que los tostadores puedan asumir la implantación en todo su parque de máquinas, y nosotros podamos realizar despliegues de gran volumen. La estandarización del hardware nos garantiza la escalabilidad a otros verticales y un crecimiento rápido, lo que nos permite un posicionamiento ágil en el mercado, impulsado por un go to market rápido y agresivo. Nuestro modelo SaaS se basa en un modelo de licenciamiento por uso de la plataforma en función de los servicios contratados, del número de dispositivos conectados y de los servicios de analítica avanzada, basado en un plan de tarifas recurrentes y bajo un programa de licencias por volumen.

Los precios medios definidos son 39,90€ por implantación en cada establecimiento y 29,90€ mensuales de acceso a la plataforma por establecimiento.

Principales Métricas y/o Tracción: Los milestones alcanzados por Himikode han sido:

- IEBT (Iniciativa empresarial de base tecnológica)
- Pyme Innovadora (obtención de sello Pyme Innovadora).
- Participación en programas de aceleración y consolidación de la BFFood.
- Impulsada por la Xunta de Galicia en programas de Innovación gallegos y europeos (Innovapeme / Conectahubs).
- Informe favorable a la espera resolución de Patente nacional y extensión territorial internacional con informe positivo.
- Sistema propio con requisitos para la obtención de la certificación CE, validado por Instituto Tecnológico de Galicia.

Actualmente estamos iniciando nuestro go-to-market, que tiene por objetivo para este 2023 alcanzar a 60 tostadores peninsulares con una demo de hk:coffee y convertir a 10 tostadores en clientes con planes de implantación de hk:coffee. Ya tenemos un acuerdo de implantación con un importante tostador gallego para el despliegue de nuestro sistema en 100 establecimientos durante la primera mitad del 2023 y un compromiso de escalarlos a más de 1.000 implantaciones a lo largo de este año y el siguiente. Estamos en diferentes estados de negociación con otros tostadores del norte de España. Un tostador mediano con foco en la calidad y el café de especialidad en proceso de negociación de un plan de implantación con un rollout progresivo de 20, 80 y 160 establecimientos este año y que escalaría a 2.500 implantaciones a lo largo del 2024. Tenemos como leads a otros tostadores de diferentes tamaños con lo que estamos manteniendo reuniones de presentación para convertirlos en prospectos y comenzar las negociaciones para planes de implanta-

ción progresivos a los explicados previamente.

Modelo de captación /crecimiento: El canal de captación principal será canal directo a través de equipo comercial que ofrecerá la solución mediante demostraciones a los tostadores identificados que observemos que puedan necesitar nuestro producto, tras un análisis en profundidad de la situación de dichos potenciales clientes. Estrategia go-to-market: Implantación de pilotos para validación de la tecnología y refinamiento del algoritmo propietario > Apoyo y asesoría a los early adopters que quieran instalar los pilotos > Industrialización del producto > Despliegue masivo del producto. Crecimiento empresa: Desarrollo de productos entry-level > Captación de clientes interesados pero con reticencias a grandes despliegues > Aumentar el número de despliegues > Integrar nuevos dispositivos sensorizados > Nuevos clientes de la industria alimentaria > Nuevas tipologías de foodservice.

Equipo: Contamos con un equipo multidisciplinar de seis perfiles técnicos distribuidos en los departamentos de Laboratorio y Data Science, que engloba las áreas necesarias para que Himikode tenga éxito. Incluye un perfil de coordinación de proyectos con formación en diseño de producto, un especialista de laboratorio, un especialista en econometría y explotación de datos y una especialista en matemática y estadística. Este equipo nos permite realizar desarrollos end-to-end, desde sensores hasta procesos de analítica avanzada que se aplican a nuestra plataforma de explotación de datos.

Está formado por:

CEO y Co-fundadora – Noemí Rodríguez: CEO y dirige la investigación y validación del producto en el mercado y la estrategia comercial.

Durante más de 15 años, atravesó con éxito períodos de grandes cambios y crecimiento profesional en la industria digital. Antes de fundar Himikode Tech lideró una factoría de software desarrollando soluciones B2B basadas en datos para la industria alimentaria gallega dando el salto a la internacionalización, a través de una misión inversa organizada por IGAPE en México DF.

Raúl G. Bayón – COO y cofundador. Dirige el desarrollo técnico del producto y Gobierno del dato.

Con una dilatada experiencia en el diseño e implantación de soluciones creativas y de alto valor para el cliente. Capacitando y creando comunicaciones reales, eficaces y seguras en el rural gallego, atendiendo a empresas.

PM: Project manager y asistencia a negocio.

Ingeniero de Laboratorio: Responsable de la producción y mejora del producto.

Data Scientist y Developer: Econometría y explotación de datos.

Data Scientist y Estadística: Procesos de analítica matemática y redes neuronales.

Actualmente estamos en proceso de ampliación del equipo, con las siguientes nuevas contrataciones abiertas:

Desarrollador Frontend: Desarrollo de nuevos módulos funcionales del frontend.

Especialista en IA: Desarrollo de modelos de IA y procesos de machine learning para reducción de huella de carbono y optimización de rutas.

Especialista en mercado y consumidores: Investiga tendencias de consumo y mercados para identificar nuevas oportunidades de valor para nuestros clientes.

El equipo está acompañado por perfiles de socios que actúan como colaboradores, incluidos especialistas en backend, diseño de UI/UX y datos visuales.

Además, contamos con un grupo de asesores expertos en la industria agroalimentaria y digital que apoyan la toma de decisiones estratégicas adecuadas a la realidad del mercado, y somos miembros de asociaciones agroalimentarias y tecnológicas para asegurar nuestro posicionamiento en este ecosistema.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/noeroro/

Néboda Farms

Vertical Food & Agro

www.nebodafarms.com

Sector/es: Food/Agri tech

Tecnologia/s: Robotic, DeepTech

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: El modelo actual de agricultura es insostenible al ritmo en que esta consume recursos y la población aumenta. Por otro lado, la agricultura tradicional tiene una incertidumbre muy grande en términos cuantitativos y cualitativos sobre cada una de las cosechas a recolectar.

Solución: Nuestra solución se cimienta en el desarrollo de tecnología propietaria y conocimiento científico en el ámbito de la agricultura vertical de interior. Este tipo de agricultura permite estandarizar la calidad, garantizando la producción independientemente de las condiciones climáticas externas. Al mismo tiempo se consigue un producto con un diferencial de calidad muy superior y una producción sostenible en cuanto al uso de recursos.

Mercado: Nuestro mercado está compuesto por el mercado de ensaladas envasadas (mézclum de brotes tiernos) y hierbas aromáticas. En este mercado nos encontramos con dos perfiles de competidores:

- Agricultura tradicional: en este caso encontramos players como Verdifresh, Florette o Herbex (hierbas aromáticas). Nuestra propuesta de valor frente estos competidores viene marcada por un diferencial en calidad de producto, frescura, disponibilidad todo el año y libre de pesticidas.
- Agricultura vertical de interior: aquí nos encontramos principalmente con startups como Bowery o 80 Acres en el mercado americano o Groots en el caso del mercado español. En general en este tipo de agricultura nos encontramos con muy pocas empresas competitivas en costes a nivel mundial. El factor diferencial de Néboda destaca en su propuesta tecnológica impulsado por su eje científico que nos ha permitido implementar un proceso productivo que posicionará a nuestra empresa como uno de las pocas competitivas en costes a nivel mundial (en sector de la agricultura vertical de interior) y con un producto muy diferenciador frente a la agricultura tradicional.

Modelo de negocio: Nuestro modelo de negocio es un B2B. En el que nuestros canales son principalmente el retail y HORECA y en el que tenemos (y tendremos) como clientes a distribuidores del canal HORECA y a los propios retailers.

Principales Métricas y/o Tracción: Desde el punto de vista de financiación pública hemos conseguido más de 425k€ provenientes de Innovapeme 2021, Recuperación proyectos nacionales excelentes Neotec y BFFood aceleración.

Actualmente somos participantes de la BFFood Consolodicación y hemos sido seleccionados para participar en la academia de ViaGalicia aceleradora.

Desde el punto de vista de ventas, hemos facturado 12k€ en 2022 limitados por la capacidad productiva de nuestro laboratorio.

Nuestro gran objetivo es validar la capacidad productiva de nuestro prototipo Néboda Smart Factory 4.0 que arrancará producción en junio de este año, que nos permitirá multiplicar por más de 10x nuestra capacidad productiva y sobre todo nos permitirá validar que nuestra tecnología y know-how del proceso nos permitirá convertirnos en uno de los pocos players a nivel mundial en ser competitivos en costes productivos.

Modelo de captación /crecimiento: Actualmente estamos presentes en el canal HORECA, teniendo como consumidores finales restaurantes de perfil medio - medio alto entre los que encontramos varios estrellas Michelin de nuestra área metropolitana. En paralelo estamos preparando el lanzamiento de producto orientado al sector retail, en este caso impulsados por la BFFood y mentorizados por GADISA. Nuestra estrategia para el sector retail es ser el producto con mejor calidad-precio del lineal. Es decir, ser un poco más caros que las propuestas actuales, pero con una calidad de producto muy diferencial.

Equipo:

- CEO & cofundador | Iván García (Vigo, 1985): ingeniero técnico industrial en electrónica con máster en gestión de proyectos. Años de experiencia como coordinador de robótica en una multinacional del sector de la automoción.
- COO & cofundador | Roberto Estévez (Pontevedra, 1981): ingeniero técnico industrial en mecánica. Años de experiencia dirigiendo las tareas de mejora continua en una multinacional del sector de la automoción.
- CSO | Pedro Pablo Gallego (León, 1963): catedrático en biología vegetal por la Universidad de Vigo y coordinador del máster en biotecnología de la UVigo. Experto en la mejora del cultivo vegetal y en la aplicación de herramientas de IA a los ensayos de optimización.
- Responsable de I+D | Samuel López (Vigo, 1997): graduado en biología con máster en biotecnología avanzada y actualmente doctorando industrial en vertical farming.
- CFO | David Domínguez (Vigo, 1973): licenciado en economía con MBA por el IESIDE. Más de 10 años de experiencia en gestión financiera.

Linkedin CEO: linkedin.com/in/iván- garcía- besada

Monkey Markets, S.L.

Vertical Food & Agro

www.monkeymarkets.eu/

Sector/es: Food/Agri tech, Fintech, Logistic/Retail

Tecnologia/s: Big Data, Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: BFFood

Problema: China es el mayor mercado del mundo, el mayor importador de alimentos y bebidas y se está convirtiendo en la primera potencia pero acceder a él no es nada fácil.

El uso de un internet propio dificulta cualquier búsqueda de información o contacto con empresas de este país y el idioma acentúa aún más este problema.

Estos son los problemas que se encuentran un exportador que quiere vender en China y un importador que quiere comprar desde China:

Falta de un punto de encuentro y contacto.

Dificultad para conocer a nuevos proveedores o clientes.

Dificultad para verificar a la empresa una vez contactada.

Dificultad para acceder a información relevante de la empresa.

Dificultad para acceder a información necesaria para la toma de decisiones estratégicas.

Falta de digitalización e integración de procesos en el transcurso de una importación o exportación.

Desde Monkey Markets creamos plataformas que solventan todos estos problemas.

Solución: Desde Monkey Markets en nuestro afán de solucionar las situaciones antes mencionadas creamos plataformas focalizadas en productos concretos del sector de alimentos y bebidas. Aquí os queremos hablar de MEATUP.cn:

Una plataforma de compraventa de carne para China, que aglutina a exportadores autorizados de 35 países e importadores verificados de las 23 provincias de China.

Sus principales características son:

Líneas de comunicación directas con chats integrados.

Directorio del 100% de las empresas target con la información más relevante.

Apartado de inteligencia de mercado para la toma de decisiones estratégicas.

Marketplace de ofertas y demandas de productos.

El objetivo es que el comprador chino pueda abastecerse globalmente y el vendedor pueda vender al mayor mercado del mundo China

Mercado: Ahora mismo hay un gap importante a la hora de localizar un punto de encuentro entre compradores y vendedores y estos recurren a las ferias comerciales para hacer negocio.

Competidores:

Existe una plataforma Coreana llamada Tridge que sin duda es la líder del sector. Nuestra diferencia con ellos es que nosotros creemos que el comercio internacional y el contacto entre exportador e importador ha de ser sin intermediarios, ellos en cambio siempre usan una figura en medio.

Además hay competidores en el apartado de datos algunos de ellos en España que ayudan a conocer las tendencias de mercado y dar orientaciones en la entrada en China. Con estos nos diferenciamos en que para nosotros esto es un apartado de la plataforma que ayuda a que puedan generar negocio con más facilidad.

Para concluir, nuestras plataformas son siempre verticales, son Marketplace de nicho y solo se orientan a un mercado, China.

Modelo de negocio: El modelo de negocio es transaccional. Se cobra un porcentaje por cada operación que se realiza en la plataforma. El pedido medio es de 130k dólares y la complejidad de la misma es la estructura del cambio de divisas y control estatal de la salida de capitales. Gracias a nuestro partnership con una pasarela de pagos china lo hemos podido llevar a cabo.

Principales Métricas y/o Tracción: Estas semanas se cerrará una ronda de inversión con XesGalicia de 200.000 euros.

Las proyecciones para este año son:

Este año:

Transaccionar 4.202.335 de euros y facturar 115.564.

En 3 años:

Transaccionar 188.933.333 de euros y facturar 5.668.000.

Modelo de captación /crecimiento: El modelo de captación se centra en la llegada por dos vías fundamentales:

Linkedin/Telemarketing/Emailmarketing: Para las empresas exportadores de los 35 países target (total 800). Todo esto procedimentado para seleccionar según las peticiones de compra qué exportadores son los que se adecuan a los requisitos del importadores.

Wechat/plataformaschinas/foros: Para los importadores chinos (total 800): Completamente conectada con nuestra plataforma para dar soporte en cada momento a los importadores Chinos. Este workflow es de las cosas más valiosas que tenemos.

El crecimiento es replicar plataformas como MeatUp para otros productos siempre dentro del sector de alimentos y bebidas.

Equipo: Estamos 4 personas:

- Un CEO
- Un COO que se encarga de China y las empresas chinas.
- Un International Trade Officer que se encarga de las empresas occidentales.
- Un CTO.

Además de colaboradores externos en China.

Linkedin CEO:

www.linkedin.com/in/iago-sanmartin-manti%C3%B1an- 9a0621a3/

CAPPTUS

Vertical traveltech

capptus.io

Sector/es: Travel Tech/ Tourism

Tecnologia/s: SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: Turislab

Problema: A los viajeros les preocupa más la seguridad mientras viajan sin perder el valor de la experiencia. Las agencias de viajes necesitan potenciar más su labor como asistentes de las incidencias y problemas que puedan surgirles y aportarles un nivel de personalización total en sus viajes.

Solución: Crear viajes que puedan ser modificados cuando el viajero lo necesite y que trasladen la sensación de seguridad de tener a la agencia como respaldo por si algo sale mal.

Mercado: Le damos la libertad al viajero de recorrer un destino sabiendo que dispone de un medio de comunicación con la agencia por si algo no sale bien. Digitalizamos el itinerario pudiendo ser modificado y adaptado a lo que transcurre en el viaje.

Modelo de negocio: Somos un B2B con agencias de viajes, guías y grandes grupos hoteleros que busca dar mayor personalización en los servicios de asistencia a sus clientes. Monetizamos a través de una cuota adaptada al volumen de ventas.

Principales Métricas y/o Tracción: Actualmente nos financiamos con la aportación de capital hecha por los socios y buscamos inversión para estabilizar nuestro MVP para poder comenzar distribuirlo entre las agencias interesadas (nos han demostrado interés 4). Al ser un Saas somos un proyecto altamente escalable con posibilidad de alcanzar rápidamente el mercado internacional.

Modelo de captación /crecimiento: Estamos utilizando La fuerza de ventas como principal medio de captación de clientes a través de entrevistas personalizadas pero en cuanto la marca esté mas asentada nos centraremos en el marketing digital.

Equipo: El equipo con dedicación plena somos Alberto Sanchez Caseiro y María Soliño González. Actualmente contamos con colaboradores que no pueden garantizar su dedicación plena pero si nos han echado na mano con el desarrollo de nuestra primera DEMO. Alberto cuenta con amplios conocimientos en desarrollo web y frontend. María Soliño ha trabajado como guía durante gran parte de su carrera profesional. Hemos sido galardonados con la Mención al Talento emprendedor en La Primera Aceleradora del Sector turístico de la Xunta de Galicia.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/mar%C3%ADa- soli%C3%B1o/

Boldest

Vertical traveltech

http://bit.ly/SuperCoolMaps

Sector/es: Travel Tech/ Tourism, Media

Tecnologia/s: SaaS

Aceleradora/Programa de aceleración: Turislab

Problema: Los viajeros de hoy carecen de tiempo. Exigen contenidos que inspiren y faciliten sus decisiones de manera visual, rápida e interactiva.

Pero Status Quo son millones de webs estáticas, tours, circuitos e información turística que se presenta en formatos obsoletos y a muchos clics.

El resultado: promoción ineficaz, mala imagen y altas tasas de abandono.

Solución: Somos una startup que busca revolucionar la forma en que los viajeros interactúan con la información turística online.

Nuestra solución se enfoca en mejorar la experiencia de usuario, aumentando el tiempo que los usuarios pasan en la web de nuestros clientes y mejorando la tasa de conversión.

BOLDest ofrece mapas y rutas interactivas web como nunca antes se habían visto. Se trata de un software como servicio (SaaS) que permite a cualquier profesional del turismo:

-Crear mapas y rutas interactivas.

-Integrar mapas en cualquier sitio web y campaña digital.

-Generar landings en pocos minutos.

-Trabajar con autonomía y sin depender de técnicos.

Mercado: Nuestra solución se enfoca en mejorar la experiencia de usuario, aumentando el tiempo que los usuarios pasan en la web de nuestros clientes y mejorando la tasa de conversión. Las alternativas en el mercado exigen muchos clics y navegación poco intuitiva. En versiones premium, los costes se disparan, tiempos de ejecución son muy largos y los clientes tienen poca autonomía para gestionar sus contenidos. Nosotros no sólo mejoramos la experiencia del usuario final, pero a nuestro cliente B2B le damos una plataforma altamente personalizable, a precios razonables, sin dependencia de técnicos y con ejecución inmediata. El mercado es global, y más de 1,5 millones de negocios turísticos a nivel internacional pueden mejorar su marketing y ventas con mapas interactivos de Boldest.

Modelo de negocio: Modelo de Suscripción, con un coste inicial de Set up (personalización y onboarding) y un recurrente por acceso al servicio (en función del número de visualizaciones de mapas).

Tour Operadores >50M facturación

Pricing: Onboarding Fee (5,000€) + suscripción mensual (desde 150€)

Tour Operadores <50M facturación

Pricing: Onboarding Fee (500€) + suscripción mensual (desde 75€)

Destinos:

Pricing: Onboarding Fee (5,000€) + suscripción mensual (desde 60€)

Principales Métricas y/o Tracción: Tracción Comercial: Mayo 2022 5 clientes // Marzo 2023 30 clientes

Verticales Validados: Con clientes activos

Tour Operadores Grandes -Nacional e Internacional

Tour operadores Medianos -Nacional e Internacional

Destinos -Nacional

Comunicación Corporativa -Nacional

Churn: 0

Objetivo, llegar al primer millón de euros de facturación en 24 meses desde captación de inversión.

Modelo de captación /crecimiento: Negocio B2B, segmentado por vertical y tamaño de empresa.

Actualmente 95% outbound, tanto por prospección directa como con Added Value Partners que llevan la negociación y ejecución con Destinos (Públicos).

Expansión potenciando nuestro marketing vía:

- Branding
- Presentaciones Sectoriales / Ferias / Asociaciones / Clusters, etc
- Casos de éxito en clientes referentes - Notoriedad y Demostrar valor
- Partnerships
- Premios y Concursos

La estrategia comercial se centra en ganar una cuota de mercado importante en el sector Travel y afianzarnos en una relación a largo plazo con los principales Tour Operadores

A nivel organizativo nuestro objetivo es montar un verdadero sales engine, con un equipo y procedimientos que nos permita ser predecible en nuestros resultados.

Buscamos 300,000 euros de financiación y el 60% se dedicará a Expansión Comercial/Marketing.

Equipo: 4 Ingenieros informáticos, verdaderos gurús de los portales Turísticos y un especialista en Expansión Comercial

Simón Neira Dueñas

www.linkedin.com/in/simonneira/

Product Manager apasionado de los Viajes y los mapas con +23 años de experiencia gestionando proyectos y productos tecnológicos relacionados con la comunicación, el marketing y la gestión de procesos.

Pablo Blanco Castro

www.linkedin.com/in/pblanco-boldest/

Programador Full Stack Senior con +15 años de experiencia. Apasionado del GIS y el mundo del Blockchain que diseñó y desarrolló la base tecnológica de BOLDest.

José Manuel Porto

www.linkedin.com/in/jmporto/

Arquitecto de sistemas especializado en escalabilidad, optimización de bases de datos y seguridad con +23 años de experiencia.

Pepa Pérez Sañudo

www.linkedin.com/in/mar%C3%ADa-jos%C3%A9-p%C3%A9rez-sa%C3%B1udo/

Programadora Backend senior con 15 años de experiencia ganada en 3 consultoras especializadas en diversos ámbitos.

Xosé Manuel Feijoo Outeiriño

www.linkedin.com/in/xosemfeijoo/

Neo-generalista especialista en expansión comercial.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/xosemfeijoo/

Oasis Hunters

Vertical traveltech

www.oasishunters.com

Sector/es: Rural, Travel Tech/ Tourism

Tecnologia/s: Otras

Aceleradora/Programa de aceleración: Turislab

Problema: En la actualidad, no existen plataformas de turismo rural orientadas al cliente y dedicadas a satisfacer mediante experiencias sus preferencias de viaje.

Los principales portales de turismo rural se centran en el modelo "directorio" de hoteles y casas rurales, centrando su atención en el en el propietario rural, su verdadero cliente, y no el viajero.

Además, la reserva online sigue siendo un problema dentro de este sector, teniendo como mayor referente de reservas hacia alojamientos rurales a Booking.com, un portal que no esta especializado en turismo rural.

Solución: Oasis Hunters es el primer marketplace de turismo rural B2C que conecta a través de experiencias secretas, hoteles premium con viajeros.

La experiencia secreta se revela 48 horas antes de la fecha de check-in y, como expertos en destinos rurales, apoyamos al viajero a través de guías especializadas en turismo sostenible y local.

Mercado: Oasis Hunters apuesta por un modelo de desintermediación de la oferta con la demanda, agrupando dietas, alojamiento y actividades en una sola plataforma y conectándola con el cliente a través de su canal de venta principal (online), además apuesta por la tecnología, habiendo desarrollado un motor de reservas propio que gestiona en tiempo real la configuración de la escapada y lo relaciona con el destino que mejor se adapta a sus peticiones, todo ello de manera automatizada y 100% personalizada, todo ello se une a una red de calidad de alojamientos rurales, validada y filtrada por el equipo.

Modelo de negocio: Vendemos paquetes de escapadas rurales, a precio cerrado donde el cliente puede compkementar añadiendo extras de personalización, nuestro ticket medio es de 270€ y obtenemos un margen de beneficio respecto a este ticket del 37%.

Principales Métricas y/o Tracción: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1I-silzJGdHIvipwsf78FgLBvaPLERU9z5GpqGdTQYj4/edit?usp=sharing

Modelo de captación /crecimiento: Llegamos a los clientes a través de canales ONLINE, como son Facebooks Ads y Google ADS, además de ser intensivos en RRSS, también disponemos de una red de creadores de contenido operando como comisionistas a través de códigos descuentos únicos, los focos de crecimiento estarán orientados a estrategías de tráfico orgánico, potenciar la estrategia SEO y de emailmarketing, ofreciendo a nuestros más de 35.000 suscriptores ofertas a medida, todo ello en combinación de canales de pago tradicionales que ayuden a aumentar el número de visitantes en nuestra web.

Equipo: Equipo directivo

Joshua Molina Cara (CEO): +5 años gestionando proyectos (Seat)

Lola Murube (CMO): +8 años gestionando equipos de marketing.

Eli Amengual (COO): Ex-Escapada rural (Comité dirección) +15 años en el sector del turismo rural.

Carlos Canovas (Programador Full Stack): +15 años programando

Aymara Durán (Especialista SEO): +15 años realizando y ejecutando estrategias SEO.

Marta Molero (Atención al cliente): Titulada como especialista en agencias de viajes.

Carmen Zambrana (Social Media Manager): Graduada en Social Media y Estrategias de Marketing.

Asesores y accionistas:

Pedro Jareño: LinkedIn, Cofundador de Minube, Ex- Microsoft.

José Díaz: Director General Nuitee, Ex CCO TravelGateX

Roger Baranera: B2B Growth Manager Colvin,

Quino Fernández: CEO AticcoLab / Ex- aceleradora Connector.

Linkedin CEO: www.linkedin.com/in/joshuamolinacara/

A BROCHETA DE PORRIÑO. ABAMAR. ABANCA . ABBL INTEGRAL. ACQUA ROSAE FASHION. ACTEGA ARTÍSTICA. ADHEX TECH TAPES. ADJUSTICA ROBOTICS. ADRIA ABRASIVOS. ADVANCE INTELLIGENT DEVELOPMENTS . AEGA AUTOMATICA Y ELECTRICIDAD. AEROTÉCNICA. AGUA DE MAYO MARKETING. AIC CALEFACCION IBERICA. AINTEGRA. AIRVENTO. AIR LIQUIDE ESPAÑA. ALEN SPACE. ALFACARGO SHIPPING AND LOGISTICS. ALISEDA SERVICIOS DE GESTION INMOBILIARIA. ALMACENES REBOREDA. ALMACENES SERVICIOS Y RECUPERACIONES. ALTEN SOLUC. PRODUCT. AUDITORIA E ING. ALUPORTA. ALUVALMI SOLUTIONS. ANUBE I D I. APM MANAGEMENT TOOLS. AQUIMIAN ESPAÑA. ARC EUROBANAN, S.L.. ÁREA COMERCIAL A GRANXA. ÁREA LOGÍSTICA A GRANXA. ARGENTA CAPITAL . ARIEN MACHINE. ARMANDO SILVA. ASCENSORES ENOR. ASESOR,.DISEÑO Y MONTAJES IND. GALICIA. ASETRANSPO. ASEXTRA. ASIA INTERNACIONAL COMERCIO. ASIENTOS DE GALICIA. ASYSGON. ATLAS EXTERNAL SERVICES. AUGUSTO EXPRES. AUGUSTO LOGISTICA. AUTOMOVILES DANGEL. AUTOTRANSCOURA. BADER. EUROPE GROUP. BADISMA DISTRIBUCION DE MAQUINARIA. BAITRA. BANCO SANTANDER. BARGFLETH METALVIGO. BAYPORT GLOBAL SUPPLIES. BEBUKI. BENTELER AUTOMOTIVE VIGO. BERA 2000. BEST FRUIT. BESTSELLER WHOLESALE SPAIN. BIBUS SPAIN. BIMBA & LOLA. BIOPRANAWORLD. BITMAKERS. BIVARA EUROPE. BLUE ENERGY GLOBAL SOLUTIONS. BLUE QUALITY. BMC CONSTRUCTION, ESTUDIO & CONTRACT. BODEGA MC. BOLFER. BORGWARNER EMISSIONS SYSTEMS SPAIN. BOUZADA RODRIGUEZ. BRIGAL. BRUKER ESPAÑOLA. BTRUEB-ESTR. TEGIA DE MK Y VENTAS. C&G . LOS FOGONES DE ANA. CALFOMAN. CALL DRIVE. CANCRIS VIGO. CARBON COMPOSITES. CARIDE BENAVIDES, MANUEL. CARLINGAL. CARMAR SOLUCIONES LOGISTICAS. CARMISA QUARTZ. CAUPONA BAR. CELL2 EUROPE. CENTRO DE ENSINO FAGALI CENTRO DE SERVICIOS (CZFV). CENTROPLAN ESPAÑA. CERÁMICA CENOVA. CERRADORAS LOPEZ GALICIA. CERRAMIENTOS PERFILES Y CUBIERTAS . CERVEZAS DEL SUR DE GALICIA. CESAR DE AZEVEDO. COVIGAL. CIE A GRANXA (CZFV). CIL VALENCIA GESTION EMBALA-JES. CINTUGAL. CIVAGEN. CLICKAGE. CLUSTER EMPRESAS AUTOMOCION DE GALICIA. CO FI PLAST ESPAÑA. CODE ZERO. CODISOIL. COLIBRI SCOOTERS. COMBUSTIBLES DEL NOROESTE. COMERCIAL FLORGASUR. COMER-CIAL HOSPITALARIA GRUPO 3. COMERCIAL PANCAR. COMERCIO Y PESCA 37. COMUNIDAD PROPIETARIOS AREA LOGISTICA A GRANXA. CONCELLO DE NIGRAN. CONCELLO DE VIGO. CONFEDERACION INDUSTR. TEXTILES GALICIA. CONGELADOS CORBELA. CONSERVAS IGLESIAS. CONSERVAS RIAS BAIXAS 1907. COMEVISA. CONSTRUCCIONES METALICAS. LUSOMAR. CONSULTORES DEL NOROESTE. CORTALAGUA. CORZO PIEL. COSTAS MATERIALES CERAMICOS. COSTAS Y ALONSO GRANITO. COUNCILBOX TECHNOLOGY. CRUCEROS RIAS BAIXAS. CTAG . CTAG-IDIADA SAFETY TECHNOLOGY. CUÑADO. CUVIDASA. CZFV-CENTRO DE NEGOCIOS PORTO DO MOLLE. D´CONSER NORTE. DACHSER SPAIN AIR & SEA LOGISTICS. DACHSER SPAIN. DALPER. DALPHIMETAL ESPAÑA. DAPOR DISTRIBUIDORES DE CARNE. DARLIM MAQUINARIA DE LIMPIEZA. DARLIM. DECIBELIO INSTALACIO-NES. DECUNA. DELGADO ARCE. ASESORES. DELIVRA. DELLAS SPAGNA. DELTA ILLESCAS. DELTA VIGO AEROESTRUCTURAS. DELTRO SOLDATEC. DEMOSTRA. DENAT 2007. DENSO SISTEMAS TERMICOS ESPAÑA. DGH ROBOTICA AUTOMATIZACION Y MANTENIM. DHL PARCEL PONTEVEDRA SPAIN. DIGITAL URBAN LAB. DIGOIN. DISERVAULEC. DISNA. DISGAPRE. DISTRIBUCIÓN METALISTERIAS DEL NOROESTE . DITEC INGENIERIA DE DISEÑO INDUSTRIAL. DQBITO INGENIERIA BIOMEDICA. DRON EVENT SHOW. DUATEL ASESORAMIENTO DE TELECOMUNICACIONES. E.D.I. 99 RECAMBIOS Y ACCESORIOS. ECLAD ESPAÑA. ECOFOREST GEOTERMIA. ECOLUR, RENOVABLES Y CIMENTA-CIONES. ECONOVEDADES IDI. EFIMOB EFFICIENT SOLUTIONS. EGIDA SOFTWARE SOLUTIONS. ELECPOR INSTALACION Y MANTENIMIENTO. ELECTROGRANXA. ELECTROMECANICA DEL NOROESTE. ELECTROMECANICA NAVAL E INDUS- TRIAL. ELECTROSON GALI- CIA INDUSTRIAL, S. L. ELICE ENTREPOT. EMETEL SISTE- MAS. EMILIO FERNÁNDEZ CONSTRUCCIONES. EMILIO LUGO GROBA. EMPROGAL. EMWEY SPORT. ENE BIANCA. ENER- GIA Y BLOCKCHAIN. ENSA- YOS Y CERTIFICACIONES XXI. ENTIDAD URBANISTICA DE CONSERVACION A GRANXA. ENTREPOT [illegible] EPIDOR SEALS AND RUBBER TECHNOLOGY. ERES MALO POR TU CULPA. ERMA. ESMOTEC GESTION DE PROYECTOS. EULOGIO MATO. EUROPEA DE MAF. EXCLUSIVAS CAR-LAC. EXCLUSIVAS E. VILLARES. EXPLEO IBERIA. EXPORT-RA-DOPA. EXTEL [illegible] ITIES. EZPELETA 72. FACILITY BAY. FAGOR ELECTRONICA. FEDERACION GALEGA PARQUES EMPRESARIAIS. FAIRO GESTION. FARMANOR. FAURECIA ESPAÑA [illegible] SC. AQUALIA. FERNANDEZ ALONSO, MIGUEL. FERNANDEZ BOUZAS. CARMEN. FERRETERIA POMBO. FIABLONE. FIBA CATERING. FIO TEXTILES. FIVES CONVEYING IBERICA. FLEJITALIA. FLEXGAL. FLEXTROQUEL. FLORI 2019. FLORICULTURA FLORGASUR. FLY BIKES. FORESTCORTE. FORESVI EN [illegible] ESA EN ACCION. FORO GRAFICO. FRANCISCO FERNÁNDEZ LIJÓ. FRESHCUT. FREYPER GALICIA. FRINSA DEL NOROESTE. FRONTERA TRANSFORMA-CIONDIGITAL. FRUTAS NIEVES. FYNEKO REAL ESTATE INVESTMENT TRUST. G.T.G. INGENIEROS. GAICTECH. GAINSER INSTALACIONES. GALCONTROL. GALICIAN MEDICAL MANUFACTURING. GALIMACO. GALIMOS. GALIPAD CONSULTING. GALPROF IMASD. GALIVOLTAICA. GALLEGA DE ALQUILERES. GALNAC. GALPORC+A243E. GAYPASA. GEFCO ESPAÑA. GIBERICA. GIBRALCORK. GKN DRIVELINE VIGO. GOA IBERICA TECNOLOGIAS. GONDOMAR GARAGE VENTURAS. GONZALEZ MIGUEZ, MANUEL. GRANIRES. GRANISA. GRANITOS IBÉRICOS . GRANXA 119. GRANXATRANS. POPRIÑO. GRAÑA Y PENA. GREDISA INDUSTRIAL. GREEN TIC, SISTEMAS Y COMUNICACIONES. GRENCALOR SISTEMAS. GROUPNET-DEVELOP THE WEB. GRUAS DONIZ. GRUPAJES DEL MAR. IBERICA. GRUPIMAR. GRUPO DISNAINGA. GRUPO NIDANA. GRUPO TECNOLOGICO. AINNOVA. H. INVEN GRUP XXI. HEDISA. HENTOPHARMA. HERMASA CANNING TECHNOLOGY. HERMES SMART CONTROL. HERREROS FORJADORES. HERVIREC. HESTA. INVERSIONES 2020. HIERROS TORRES Y SÁEZ. HIJOS DE CARLOS ALBO. HIJOS DE JUAN VILAS. HISANTA. HORTICULTURA HIDROPONICA. HORUS FINANCIAL CONSULTING. HOWDEN ARTAI. HUSQVARNA ESPAÑA. IBERMUTUA. IDAWEN SPORTS. IDEAL HOGAR IMPORT-EXPORT. IDEARTE 201[illegible] GRANITO. IMAGINA CONCEPTO INDUSTRIAL. IMMO STEF ESPAÑA. IMPRENTA PAZ. INDOMINUS AS. INDUSTRIAL TRIPERA GALLEGA. INDUSTRIAS DELTA VIGO. INDUSTRIAS NEBRINOX. INDUSTRIAS [illegible] ELEGANTE. INEQ INDUSTRIAL PERFORMANCE. INERCIAL PERFOR[illegible] ANCE. INFAIMON. INFORMOL-DES. INFOURBAN. INGENIERIA RIAS [illegible] AIXAS. INGENIERIA Y FABRICA-CION DEL NORTE. INMAKE STUDIO [illegible] MOPAN GESTIÓN. INOXCEN-TER. INSTALACIONES NAVALES Y [illegible] MONTAJES INDUST.. INSTER TECNOLOGIA Y COMUNICACIO- [illegible] ES. INSTITUTO ESPAÑOL DE OCEANOGRAFIA. INTEGRA [illegible] SOLUCIONES DE NEGOCIO. INTERSPORT CCS . INTO GALICIA [illegible] CONSULTING. INTRALOGISTICA AUTOMATIZACION TECNOLOG. [illegible] NTURASA PÉREZ RUMBAO. INVALCO. INVERACAPOR. [illegible] INVERSIONES SANDRITA. INVERSIONES VAZQUEZ REYNOSO. [illegible] INVERSIONES VIGO REAL. INWINES ARTISAN COLLECTION. IP [illegible] INGENIERIA Y CONSULTORIA TECNICA. IRAGO, EXCLUSIVAS Y [illegible] DISTRIBUCIONES. ISC METHODO-LOGY. ISOLIBERICA AISLAMIENTOS. [illegible] IXO AERONAUTICS. IZMAR. JESUS ANDRES VARELA VAZQUEZ. JOAO [illegible] SANTOS. JOSE MARIA CRUZ. JUAN MARIA EMPLEO. KALEIDO LOGISTICS. [illegible] KIMROC. KOALA INTERNACIONAL HOSTELERIA. KONE ELEVADORES. [illegible] KONKULLER FUSION. KUKA IBERIA. LACERA SERVICIOS Y MANTENIMIENTO. [illegible] LAIFER MAQUINARIA INDUSTRIAL. LASER GALICIA. LAURICAN INVERSIONES [illegible] . LEAR CORPORATION VIGO. LEDISSON A&IT. LESSISMORE OUTSOURCING. [illegible] LIBRACUR. LIDL SUPERMERCADOS. LIGHTBEE MOBILITY. LINEAPARAMI. [illegible] LOCABE. LOGY LASERTECH. LONZA BIOLOGICS . LUPEON. MACHPRECIS. MADER [illegible] PLAST. MAGENTA. MAIER FERROPLAST. MAMAS & MAMAS. MAQUINARIA CARRERA. [illegible] MARCAS DE MENAJE DISTRIBUCION LOGISTICA. MARGA NOVAS. MARINE [illegible] INSTRUMENTS. MARSAN TRANSFORMACIO-NES SUPERFICIALES. MARTINEZ MARTINEZ, MARIA [illegible] LUISA. MATERIALES DE CONSTRUCCION J.A. MARTINEZ. MATRIGALSA. MAVIVA. MC SYNCRO VIGO. [illegible] MECANICA ROCHA. MECANIZADOS ATLANTIDA. MECANIZADOS OGAL. MEDIPLUS ATLANTICO. [illegible] MEMBROM REVERSE OSMOSIS. MERBA. MERCADO-NA. MERITUM. MEGALTA. METALIMPEX IBÉRICA. [illegible] MECOPRAG. METROLOGIA SARIKI. METTA TIENDAS DE FABRICA. MIGUÉLEZ. MILHERRAMIENTAS. MINT ENTERTAI- [illegible] MENT. MKIT MODULARES GALICIA. MONTAJES CONSER-VEROS DE GALICIA. MONTALGRUA REPRES. Y ALQUILER GRUAS. [illegible] MOOSE SOFTWARE. MUFACE. MULTIBREVES NETWORK. MUN ARQUITECTURA, DESEÑO E URBANISMO. MUTUA UNIVER- [illegible] SAL MUGENAT. N.V.O. NAGAL. NAP. SUPERVISION Y CONTROL . NAROM. NASAS NIGRAN 2021. NAUKA INGENIEROS. NAUST MARINE [illegible] SPAIN. NAVIERA DE LAS RIAS GALLEGAS. NAVIERA ILLA DE ONS. NAVIERA MAR DE ONS. NEOMEK APLICACIONES INDUSTRIALES,. NEUMA- [illegible] TICOS Y SERVICIOS INTERGAMA. NEUWALME. NEVIAN SISTEMAS. NEW COMPANY MOLINER. NIDDO ARQUITECTURA & DISEÑO. NIPPONFLEX EUROPA. [illegible] NKE CAD SYSTEMS. NOITAREGA. NOTUS MARITIMA. NOVOBERBES. NOZIONA CONSULTING. EQUITALENT. NX MOTORSPORT 2015. NYDDO DOC. LOGICA. OBRADOR [illegible] DE LAMPREA. OFICINA TECNICA CIOTEX. ONE THOUSAND AND ONE IDEAS LAB. OPTARE SOLUTIONS. PANADERIA ERUNDINA. PANVELPA. PEOPLE AND MARKET. PERCHERON [illegible] VIGO. PERICIAL 3000. PERNAS TECNICAS INDUSTRIALES. PESCASILVA. PESOLAN. PEUGEOT CITROËN AUTOMOVILES ESPAÑA. PILSES. PIÑEIRO VAZQUEZ, IVAN BERNARDO. PLANTULA DISTRIBUCIONES. PMACO GESTION. PONTEMOTOR. PORTALCONSA. PORTAUTO . POT & POT. PRECISGAL UTILLAJE. PREGALTEC. PROBOTEC PROCESOS INDUSTRIALES. PRODUCTOS Y SISTEMAS APLICADOS. PROMOCIONES MOREGAL. PROPLANTAE SANIDAD VEGETAL. PROTOTIPADO Y MECANIZADOS DE GALICIA. PROX CONSULTORES. P-S CORPORACION TECNICA Y DE GESTION. QUANTUM INNOVATIVE. QUICELCO. QUOBIS NETWORKS. RECOGIDA GENERAL DE RESIDUOS Y AGUAS. RED TYREL RELIABLE TECHNOL. FOR INDUSTRY. REDIMA HITECH MACHINERY. REFRIGERA2 LOGISTICA VIGO. REIRIZ TRANSPORT. RECAIBERICA. RESINAS CASTRO. RESTAURACION Y EVENTOS MONTE- FERRO. REVINOLUTION. REYMO EXPORT-IMPORT. RINOL ROCLAND SUESCO. RIVERETTI ESPAÑA 24 HORAS. RODAGASA. RODAMIEN- TOS Y SERVICIOS. ROEIRASA. ROMARKET. ROMERO MURILLO, JULIAN. ROOMS GLOBAL SYSTEM. RS MOTOR POWER SOLUTIONS. RUJOMA GES- TIÓN INMOBILIA-RIA. SUMI- FERGA, S.K. SELNOVA TEXTIL. SAILWAY. SAINT- GOBAIN CRISTALERIA. SAIUL. SANCHEZ MAZAS. SANTA RITA 2004. SAREB. SAROSCOVI. SCHENKER LOGISTICS. SDAD. COOP. DE TRANSPORTISTAS TRANSCLARA. SEAMAN EU- ROPA. SELMARK. SERLOGA. SERRANO, OLGA. SERVALCI.SERVICIOS ELECTRICOS ABELMAR. SERVICIOS Y RECAMBIOS 2012. SERVITIUM. IBERIA. SERVYTRONIX C TORRES MORENO. SH ROBOTIC. SHORT CUT. SIAL. SINFOMAC. SIO AMORIN, MIGUEL ANGEL. SISCOM DIVISION PRO- YECTOS. SISTAC ILS. SADECOR. SISTEMAS Y COMUNICACIONES DE VIGO. SIVSA, SOLUCIONES INFORMATICAS. SKALAR SOLUCIONES DE ALTURA. SMC ESPAÑA. SN INDUSTRIAL 2019. SNOP ESTAMPACION. SOCIEDAD GALLEGA DE CARRETILLAS. SOGAMA. SOLIDD STUDIO. SOLUCIONES TECNICAS DE GALICIA. SOMOSMAGENTA. SOUTIÑO. SPA STORES. SPACENE-TWORK. STOCKAGES VIGO. STOCKS GARMA. STONE SALE. SUMIFERGA. SUMINISTROS PORRIÑO. SUN AEROSPACE. SUNOTRANS. SUPERVISION Y CONTROL. SUSIACUNA. SYSPRO AUTOMATION. TAGAR GRUAS. TALLER Y NEUMATICOS T. TIRES. TALLERES BADER. TALLERES COVI. TALLERES GUMERJO. TALLERES JOSIÑO MULTIMARCA. TALLERES LOPEZ GALICIA. TALLERES NOVO AGRO. TALLERES SERV. MAQUINARIA ALIMENTACION. TB SPAIN INJECTION. TDN. TECAUT PORRIÑO. TECMATIA. TECNICAS APLICADAS DE SOLDADURA VIGO. TECNICAS Y FIJACIONES TECNIFIX. TECNIGALSA INDUSTRIAL. TECNOLOGIA VIGUESA DE SISTEMAS. TECPRO. INGENIERIA CIVIL. TECSOFTCOM. TEKPLUS AEROSPACE. TEKVISA ENGINEERING. TERRAL DO CEO. TEXVIGO. THERMOCHIP. TIENDATIENDA. TIERRA MAYOR. TLR SOFT. TOLDOS PORRIÑO. TOPMODULAR. TRANS TEMP CONTROL. TRANS-AYAN. TRANSBIDAOA. TRANSGEBE. TRANSLOGIC-98. TRANSLOURO. TRANSPORTE FIGOMAR. TRANSPORTES ATLAS. TRANSPORTES AUTO GALICIA. TRANSPORTES AUTO-RADIO. TRANSPUNXIN. TRESI INGENIERIA INVESTIG. E INNOVACION. TRESILLOS MONLEÓN. TRIGO QUALITY IBERICA. TRUCK. MAINTENANCEMANAGEMENT SERVICES. TTC LOGISTICA FRIGORIFICA. TUPANA - TU CAFÉ. TURBINAS Y COMPRESORES JETSXOEL. UARX SPACE. ULTRAVIOLETA TECNOLOGIA AMBIENTAL. UTIL VIGO.VALMI ACI-MIR CONSULTING. VAZQUEZ LOSADA, BENITO. VELNEO. VENDISFRIG. VERUELA 2000. VICUS DISEÑO INDUSTRIAL. VICUS EXPRESS. PIZZAMOVIL. VIGAL-PEIXE. VIGOTEC. VIG-SEC DRONE. VIGUESA DE BOMBEOS. VIGUESA DE GRANALLADOS. VIGUESA DE TRANSMISIONES. VIMAUTO PORRIÑO. VIME. VIP GALICIA. VISUAL MICROSYSTEMS. VIZA. INFRAESTRUCTURAS INDUSTRIALES. VMS AUTOMOTIVE. VODAFONE ESPAÑA. W.R. FREIRIA. XPO TRANSPORT SOLUTIONS SPAIN. ZARPAS CATAMARANES. ZERO ENTERTAINMENT GALICIA...

20.000

mujeres y hombres trabajando

705

empresas

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA

CONSORCIO ZONA FRANCA VIGO

75 AÑOS

STARTUP CONGRESS GALICIA

LACONNETWORK

SINCE 2010

WWW.STARTUPCONGRESSGALICIA.COM

#SCG23 **#LCN23** **#LACONXII** **#LACONNETWORK**

//ABANCA
DEPUTACIÓN PONTEVEDRA
XUNTA DE GALICIA
ZONA FRANCA VIGO 75 AÑOS
Spain Up Nation
enisa
ICEX
acciona
altia
cinfa
confirmsign
HUB