

CATÀLEGS D'INNOVACIÓ I INTERNACIONALITZACIÓ

XVI Fòrum d'Inversió

CATÀLEG DE PROJECTES

Octubre 2010

ACC10
Competitivitat per l'empresa

 Generalitat
de Catalunya

© Generalitat de Catalunya
Departament d'Innovació, Universitats i Empresa
Agència de Suport a l'Empresa Catalana, ACC1Ó

ACC1Ó
Passeig de Gràcia, 129
08008 Barcelona
Tel. 93 476 72 00
www.acc10.cat
www.acc10.cat/publicacions

Autor: ACC1Ó

Edita: Servei de publicacions d'ACC1Ó

Data d'edició: octubre 2010



Aquesta obra està subjecta a la llicència Reconeixement - NoComercial – CompartirIgual (by-nc-sa): no es permet un ús comercial de l'obra original ni de les possibles obres derivades, la distribució de les quals s'ha de fer amb una llicència igual a la que regula l'obra original. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/legalcode.ca>

Consolidat com a punt de trobada clau entre inversors i emprenedors, la XVI edició del Fòrum d'Inversió d'ACC1Ó arriba un any més a Barcelona com un dels actes més representatius en l'àmbit de la inversió privada i l'emprenedoria.

Aquest Fòrum, creat amb l'objectiu d'impulsar la creació d'un ecosistema empresarial innovador, és un exemple de la nostra contribució a accelerar els processos d'inversió, facilitar el contacte entre els agents del món empresarial i acostar-los els recursos de què disposen per fer front als reptes de futur.

En els darrers exercicis, l'economia mundial ha patit una important recessió que ha posat de manifest les limitacions del model econòmic i productiu de les economies internacionals, donant lloc a un nou model socioeconòmic en què l'emprenedoria representa un vector clau per impulsar la competitivitat del nostre teixit empresarial.

La tasca emprenedora, amb gran tradició a Catalunya, té un paper fonamental en la dinamització empresarial, ja que ens permet posicionar-nos en una situació destacada en l'entorn global i situar Catalunya com un centre crític en l'atracció de pols de primer nivell en sectors tecnològicament avançats.

Per aquest motiu hem de seguir treballant per assolir majors nivells d'emprenedoria i per estimular la massa inversora disposada a apostar pels projectes en fase inicial de creixement.

Des d'ACC1Ó, estímulen l'esperit emprenedor mitjançant la creació i millora d'un entorn de recerca, empresarial i financer que faciliti la generació, el creixement i la consolidació de noves empreses innovadores i de base tecnològica, amb esperit global.

I ho fem fomentant programes i serveis dirigits a impulsar projectes innovadors amb alt potencial de creixement, com el Programa de Xarxes d'Inversors Privats (XIP) d'ACC1Ó, que facilita el procés d'inversió i la consegüent canalització de recursos financers per als projectes amb elevat potencial de creixement, el suport a fons de capital risc i la creació de línies de finançament per a projectes innovadors, com el préstec NEBT.

Aquest catàleg conté 50 fitxes amb informació sobre empreses que cerquen finançament de sectors TIC, biosalut i *clean* industrial, convertint-se així en una eina clau per als inversors que cerquen projectes empresarials amb alt potencial de creixement.

Creiem que cal apostar per iniciatives com aquesta per part del sector públic que, conjuntament amb el suport del sector privat, ens permetran generar una base d'empreses competitives i preparades per afrontar els reptes de futur que es planteja l'economia catalana en l'escenari internacional.

Carme Botifoll i Alegre
Consellera Delegada d'ACC1Ó

ÍNDEX PROJECTES

BIOTECNOLOGIA I CIÈNCIES DE LA VIDA

AB-Therapeutics	6
AMP Biotech	7
Argon Pharma	8
BioGLane	9
ImmunNovative Developments	10
Onedose Pharma	11
SOM Biotech	12
STAT-Diagnostica	13
Transmural Biotech	14
VCN Biosciences	15

ALTRES TECNOLOGIES

Albus Golf	17
BTL Technologies	18
Ebotlution Systems	19
Good Deal	20
Greenaltech	21
GreenPowerMonitor	22
Gryyp Line	23
Offset Options	24
Proaseptic	25
Rabassa Innova	26
S3D Technologies	27
SIARQ	28
Sustainable Technologies	29
Svenskastol	30
Urbiotica	31
Velmus Idi	32
zero2infinity	33

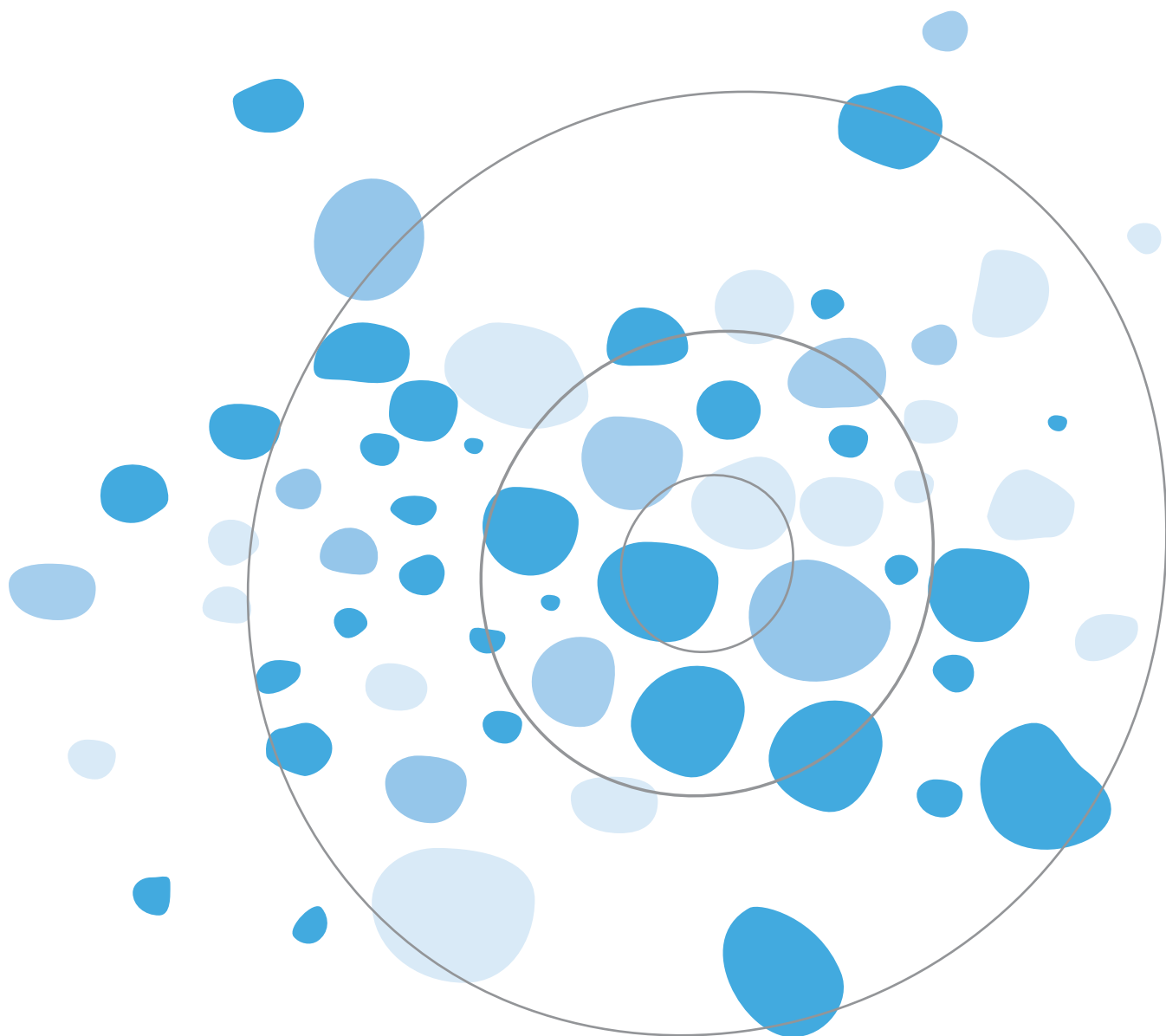
TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ

3scale networks	35
Agile Contents	36
BCN Touch	37
BcnInnova	38
Beabloo	39
Chivato.net	40
Edenic Games	41
eyeOS	42
Globalboarding	43
Herta Security	44
iGrid T&D	45
Kinetical Business	46
Layers	47
leadSpot	48
Lexpertia	49
Matrix	50
Ongest	51
Passwordbank	52
Sparsity	53
Teambox	54
Tinytronic	55
Wayra Networks	56
Zyncro	57

BIOTECNOLOGIA I CIÈNCIES DE LA VIDA

CATÀLEG DE PROJECTES

Octubre 2010



1 AB-THERAPEUTICS

Empresa *pharma-biotech* que desenvolupa medicaments per al càncer que actuen per teràpia lipídica de membrana



COL·LABORADORS



RESUM

Empresa *pharma-biotech* de R+D de fàrmacs per al càncer (pulmó, pàncrees) i altres malalties greus. Ara se centra en desenvolupar un producte per a la modulació de l'activitat de les membranes cel·lulars, a través de la teràpia lipídica de membrana. El setembre del 2010 començarà el desenvolupament preclínic i la fase I en humans s'iniciarà durant el 2011. Un segon producte començarà la preclínica el 2011. Empresa constituïda el novembre del 2009.



EQUIP

Carles Domènech, conseller delegat. Dr. en Biologia. 15 anys d'experiència en *pharma* i *biotech* (Almirall/Lacer, llocs directius) i en capital risc *biotech* (BCN Emprèn i CIDEM).
Jordi Espadaler, dir. científic. Dr. en Biologia. Experiència com a director R+D (4 anys).

PERSONA DE CONTACTE

Carles Domènech
carles.domenech@ab-therapeutics.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Tot i els tractaments existents, el càncer de pulmó mata el 85% dels pacients en 5 anys, el de pàncrees en 2 anys en mata el 95%. AB-Therapeutics desenvolupa nous fàrmacs per cobrir aquesta manca d'eficàcia i millorar la supervivència d'aquests malalts.

COMPETÈNCIA

Moltes empreses *biotech* estan desenvolupant medicaments per al càncer; ara bé, tenim pocs competidors amb mecanismes similars: Aeterna-Zentaris i Lipopharma.

LA TEVA SOLUCIÓ

Principal avantatge dels nostres productes: alta eficàcia i baixa toxicitat, amb un mecanisme d'acció nou sense resistències creuades amb altres fàrmacs.

MODEL DE NEGOCI

Primers ingressos (15-20 M€) el 2013 per llicències a altres empreses *pharma*.

PLA DE MÀRQUETING

Durant 2012 i 2013 publicarem els resultats científics i tindrem presència al mitjans i a congressos *biotech* i *pharma*. Activitat directa de llicències amb empreses *pharma*.

FINANCES

Per als propers tres anys necessitem 9 M€ (2010: 1,2 M€; 2011: 2,8 M€; 2012: 5 M€). El 80% dels recursos s'utilitzarà en activitats de R+D, especialment en el desenvolupament preclínic i clínic de noves molècules. L'empresa va ser creada el 2009 amb un capital de 360.000 €.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	170	160	200
EBITDA	0	-1.257	-2.460,6	-5.655,8
Nec. Finanç	0	1.200	2.800	6.200

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida dels inversors serà per sortida a borsa o per venda de l'empresa a una multinacional farmacèutica. TIR elevades per sobre d'estàndards de capital risc.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc tècnic. Tot i que les dades actuals són bones, poden sortir imprevistos (toxicitat, manca d'eficàcia) en tractar persones.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Hem d'acabar de crear l'equip tècnic. Els recursos financers no han permès completarlo encara.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu?

Hem presentat el projecte a diversos inversors.

Per què creieu que encara no els teniu?

Perquè tot just acabem d'obtenir la prova de concepte en animals i de validar el projecte.

Edif. Eureka-Campus de la UAB
08193 Cerdanyola del Vallès
606 433 824

Més informació:
www.ab-therapeutics.com

2 AMP BIOTECH

Desenvolupament de pèptids antimicrobians eficaços, no tòxics i sostenibles per al mercat



RESUM

AMPbiotech s'orienta al descobriment i desenvolupament de nous antimicrobians per als sectors dels aliments, plantes, animals i humans. AMPbiotech es va crear l'octubre de 2009 com a escissió, establerta per la Universitat de Girona basada en l'activitat i DPI desenvolupada pels grups de recerca CIDSAV i LIPPSO (membres de TECNIO), els quals, durant 10 anys d'activitat, han creat una plataforma de descobriment de drogues basada en pèptids antimicrobians i microorganismes que produeixen aquests compostos.



EQUIP

L'empresa va ser creada pel Dr. Emilio Montesinos, professor de Microbiologia i Patologia de les Plantes, i el Dr. Eduard Bardají, professor titular de Química Orgànica, amb una llarga experiència en la síntesi de compostos bioactius, concretament pèptids antimicrobians.

PERSONA DE CONTACTE

Eduard Bardají
Emili Montesinos
info@ampbiotech.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les noves directrius restrictives de productes de protecció de plantes, biocides (incloent desinfectants) i antiinfecciosos, així com els problemes de la resistència creixent dels patògens als antibiòtics convencionals i les noves malalties emergents ofereixen oportunitats a nous compostos antimicrobians de toxicitat, biodegradabilitat i de mecanismes d'acció baixos amb poques possibilitats de desenvolupar resistències.

COMPETÈNCIA

Hi ha companyies en l'àmbit mundial que creen pèptids antimicrobians, però cap dels seus productes s'ha introduït al mercat perquè els compostos no han superat els tests clínics o de camp o encara no han arribat a aquesta etapa, bàsicament per causa de la toxicitat o la baixa eficàcia dels productes.

LA TEVA SOLUCIÓ

Oferim petits pèptids antimicrobians sintètics (6-11 aminoàcids) de toxicitat reduïda, biodegradabilitat controlada, amb mecanismes d'acció amb baixa probabilitat de crear resistències i costos de producció baixos emprant biotecnologia (biofàbriques microbianes i de plantes).

MODEL DE NEGOCI

Consultoria i serveis de recerca per al desenvolupament de pèptids antimicrobians per a requisits específics. Tecnologia protegida (patents) de pèptids antimicrobians amb aplicació a diversos sectors.

PLA DE MÀRQUETING

Centrat a atraure empreses als nostres projectes de contracte de vendes, llançar amb èxit la nostra tecnologia al mercat i assegurar la seva fidelitat per a desenvolupaments futurs i de nova generació.

RECURSOS FINANCERS

La facturació mostra el capital circulant esperat implicat en projectes de contracte de vendes; les necessitats financeres tenen relació amb el capital públic-privat capital necessari per registrar amb èxit la nostra tecnologia prioritària

	2009	2010	2011	2012
Facturació	11	120	320	450
EBITDA	11	105	265	360
Nec. Finanç	0	70	90	140

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I BENEFICIS ESPERATS

ROI esperat = 0,34. Oberts a diverses estratègies de sortida.

Quin és el risc més destacable del vostre projecte?

La dificultat de passar els projectes de la cartera al registre.

A curt termini, quin aspecte de l'empresa necessita millorar?

Caldria finançar una línia de prioritat centrada en l'obtenció del registre (autorització) per a l'aplicació de PAM com a biocides per a ús tòpic o desinfectants de superfície.

Què heu fet fins ara per obtenir els diners que necessiteu? Per què penseu que encara no els teniu?

Els serveis de consultoria i desenvolupament de PAM amb requisits específics per a determinades empreses. Molts contactes amb empreses per negociar la llicència de la tecnologia amb aplicacions en determinats sectors.

Parc Científic i Tecnològic UdG
Pic de Peguera, 15
17003 Girona
630 98 62 13 / 639 76 37 64

Més informació:
www.ampbiotech.com

3

ARGON PHARMA

Biotecnològica que investiga fàrmacs antitumorals i polímers nanoportadors de fàrmacs i de diagnòstic per imatge



RESUM

Argon Pharma, constituïda el 2008, que prové de transferència tecnològica del món acadèmic d'antitumorals i polímers terapèutics. Té una patent sol·licitada d'antitumoral en fase de desenvolupament preclínic i una estratègia backup d'identificació de nous leads. Alhora desenvolupa polímers nanoportadors i per diagnòstic. Disposa d'1,4 M€ de CDTI, NEBT i TQ.



EQUIP

Assessors Científics de l'empresa

PERSONA DE CONTACTE

Simó Schwartz
sschwartz@ir.vhebron.net

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les farmacèutiques necessiten més inversió per identificar dianes terapèutiques per a necessitats no cobertes, fàrmacs millors que els comercials i noves vies d'administració que disminueixin dosi, toxicitat i efectes secundaris i augmentin la qualitat de vida.

COMPETÈNCIA

Actualment no hi ha una teràpia efectiva contra el càncer de còlon ni sistemes comercials de nanoportadors dirigits aplicables a múltiples teràpies i indicacions.

LA TEVA SOLUCIÓ

Tenim un compost patentat, no tòxic i eficaç eliminant cèl·lules canceroses; alhora, desenvolupem nanoportadors dirigits no tòxics, aplicables on demand a altres indicacions.

MODEL DE NEGOCI

Acords de llicència, down payment i pagaments per fites aconseguides en fases clíniques.

PLA DE MÀRQUETING

Pagaments per superació de les fases clíniques. S'ha demostrat eficàcia i manca de toxicitat preclínica del fàrmac. Es té l'estratègia d'identificació de noves entitats químiques.

FINANCES

Es necessiten 9 M€ en tres anys per a assessories, personal i immobilitzat i material; els dos últims anys hi haurà la màxima despesa pel pagament de fases preclíniques i clíniques. La inversió inicial es d'1,4 M€, dels quals 1 M prové de préstecs NEOTEC, NEBT i TQ, i la resta d'aportacions dels socis, FFF, BA i CR.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	6.500	9.750
EBITDA	-97	-514	5.132	7.834
Nec. Finanç	501	-414	4.665	4.821

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

El retorn esperat mitjà en els últims anys seria un ROI del 12% amb un màxim esperat del 20% el 2012.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc més important és no aconseguir demostrar seguretat en fase I per determinar dosis i límits de toxicitat acceptables.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

A curt termini s'hauria de posar a punt l'HTS per identificar nous fàrmacs contra el càncer de còlon.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Tenim 1,4 M€ entre préstecs públics i aportacions privades. Cal més inversió per enfortir el pipeline potenciant la línia de polímers per nanoportadors i diagnòstic d'imatge.

Baldri reixach 4
08028 Barcelona
argon_pharma@me.com

Més informació:
www.pcb.ub.es/homePCB/live/ct/p3237.asp

4 BIOGLANE

Desenvolupament de noves substàncies bioactives i la seva producció industrial per processos nets i eficients



COL·LABORADORS



Genoma España



RESUM

BIOGLANE és una empresa de biotecnologia industrial (white biotech) dins del sector de química fina, fundada el 2007. L'empresa ja ha desenvolupat un procés enzimàtic original per a la obtenció industrial de FAGOMINA, així com un coneixement científic inèdit sobre el seu interès en alimentació funcional. L'empresa està preparant el llançament comercial d'aquest ingredient en el mercat americà per al 2011.

EQUIP

Director amb experiència industrial i de llançament de nous productes farmaquímics. Participació dels investigadors del CSIC, pares de la tecnologia enzimàtica, involucrats en el seu desenvolupament a través d'òrgans de participació estratègica.

PERSONA DE CONTACTE

Sergi Pumarola
contact@bioglane.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

FAGOMINA és una nova proposta internacional inèdita en l'àmbit nutricional; representa una solució eficient i amb una clara base científica per al control del sobrepès, sense reduir el valor nutricional dels aliments o obligar al canvi dràstic d'hàbits o sabors.

COMPETÈNCIA

Els ingredients alternatius per al control de l'índex glicèmic es basen en la incorporació de carbohidrats de baixa qualitat en mans de grans sucres com la isomaltulosa.

LA TEVA SOLUCIÓ

FAGOMINA millora l'índex glicèmic d'aliments sense haver de reformular ex novo i sense canvis de textura i sabor, mantenint els sucres o midons refinats en la formulació.

MODEL DE NEGOCI

L'empresa es dedica a la venda de la matèria primera i a la llicència de noves aplicacions.

PLA DE MÀRQUETING

L'empresa té acords preliminars amb empreses alimentàries que validen l'interès del producte, i ara està pendent d'iniciar el procés d'autorització a EUA com a primer mercat.

FINANCES

L'empresa ha canalitzat fins ara uns 2 M€ per fer realitat el projecte FAGOMINA i ara necessita 700.000 € per completar el llançament comercial del principal producte als Estats Units. El desemborsament de la majoria d'aquest import es podria retardar fins a principis del 2011.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	422	501	2.053	4.274
EBITDA	-9	-150	555	1.558
Nec. Finanç		300	400	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'inversor tindrà retorn en forma de dividendes a partir del 2013 amb la possibilitat de recuperar la inversió ja a partir del 2014.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Un cop superat el desenvolupament tecnològic, el risc més important del projecte és el possible retard administratiu en l'aprovació del producte. Aquest termini és especialment llarg en el mercat europeu i també en el japonès. Per això l'esforç s'està centrant en mercats com l'americà, que disposen de sistemes regulatoris àgils, sense que això representi una menor exigència de rigor en la informació.

Jordi Girona 18-26
08034 Barcelona
+34 93 400 61 00 ext. 2153

Més informació:
www.bioglane.com

5 IMMUNNOVATIVE DEVELOPMENTS

Prevenió, diagnosi i tractament de la sepsi i d'altres trastorns inflamatoris de base immunitària



COL-LABORADORS



RESUM

El projecte empresarial del Dr. Francisco Lozano es defineix com una companyia spin-off universitària de base biotecnològica, especialitzada en el desenvolupament de productes per a la prevenió, diagnòstic i tractament de la sepsi i d'altres malalties inflamàtores de base immunitària. L'empresa es va constituir el 26 de febrer del 2010. El primer projecte està en fase preclínica regulatòria. Recentment s'ha tancat la ronda de FFF.



EQUIP

Amb més de 20 anys d'experiència en el camp de la immunologia, el Dr. Lozano és consultor sènior del Servei d'Immunologia (HC) i professor titular d'Immunologia de la Facultat de Medicina (UB). També formen part de l'equip Teresa Lloret i Enric Panadés.

PERSONA DE CONTACTE

Teresa Lloret
 tlloret@immunnovative.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

La sepsi és clarament una necessitat mèdica no coberta, amb una taxa de mortalitat molt elevada, amb una manca d'alternatives farmacològiques als antibiòtics i, sobretot, amb una dificultat de diagnosi. Només als Estats Units, la incidència és de 751.000 casos de sepsi l'any.

COMPETÈNCIA

L'única competència existent actualment és el Xigris, d'Eli Lilly. El seu mecanisme d'acció és diferent, i només es pot indicar en estats avançats de sepsi. La seva eficàcia és baixa.

LA TEVA SOLUCIÓ

El Dr. Lozano ha descobert l'ús de les proteïnes CD5 i CD6 en el tractament de la sepsi. Posseeixen un mecanisme d'acció nou i diferent de Xigris (al mercat) i Eritoran en desenvolupament.

MODEL DE NEGOCI

Licensing-out dels projectes un cop finalitzada la PoC en humans (fase clínica II).

PLA DE MÀRQUETING

Segons el model de negoci, no s'esperen ingressos fins a assolir la fita d'eficàcia en humans. Es realitzaran tasques de Business Development.

FINANCES

Per als propers tres anys es preveu la finalització de la preclínica regulatòria i l'inici de la fase clínica I. Això inclou la fabricació GMP de la primera proteïna (2010-11, 1,8 M€), les proves preclíniques regulatòries (2011-12, 0,8 M€) i el primer any de la fase I (2012, 1 M€). En total, 3,5 M€. Després de la ronda de FFF, s'ha assolit un capital social de 350 k€.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	0	0
EBITDA	0	-143	-251	-415
Nec. Finanç	0	800	1.200	1.500

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida més probable de l'inversor serà un cop acabada la PoC en fase II. En aquest moment el projecte es llicenciarà a un tercer. El multiplicador esperat mínim és 10.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El pipeline d'ImmunNovative Developments prioritzarà el CD6 com a primer producte. Atès que es tracta d'un fàrmac potencial amb un mecanisme d'acció nou, el principal risc del projecte és l'absència d'eficàcia en fase II. Per tal de minimitzar aquest risc, l'empresa preveu configurar un pipeline de projectes back-up.

IND
 c/ Baldiri Reixac, 4-8
 08028 Barcelona
 627 80 68 48

Més informació:
www.immunnovative.com

6 ONEDOSE PHARMA

Pioners en el desenvolupament i comercialització de medicaments en unidosis



RESUM

Onedose neix a principis del 2009 amb l'objectiu de comercialitzar medicaments en format unidosi. Es llançaran 10 productes anuals el 2011-2013, establint aliances amb altres laboratoris. Durant el 2010 s'està enllestit el registre dels productes i s'ha patentat un format innovador contrastat amb les autoritats sanitàries. Disposa de capital propi i té en curs una proposta CDTI per finançar el desenvolupament de dos fàrmacs.



EQUIP

Dirigit per Rosa Pardina, fundadora de la primera empresa de fàrmacs genèrics a Espanya, la societat està integrada per un equip multidisciplinari que contrasta una àmplia experiència al sector farmacèutic amb la joventut del projecte i de gran part de l'equip.

PERSONA DE CONTACTE

Rosa Pardina

rosapardina@onedosepharma.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El format Onedose permet adaptar la dispensació de medicaments al tractament i implica un estalvi al consumidor, al sistema sanitari i atorga més valor al producte. Facilita la dispensació del medicament en unidosis a oficines de farmàcia, hospitals i altres canals.

COMPETÈNCIA

El format «unidosi» dels hospitals que no compleix la legislació per ser dispensat en oficina de farmàcia i la manipulació directa de «multidosis», que té un major cost.

LA TEVA SOLUCIÓ

Un format innovador adaptat a la legislació vigent i una estratègia de marca i portafoli dissenyada per un equip emprenedor de reconegut prestigi al sector farmacèutic.

MODEL DE NEGOCI

Comercialització de medicaments en dosis unitàries.

PLA DE MÀRQUETING

L'enfocament pragmàtic del portafoli, l'obligatorietat de la «unidosi» i la rendibilitat del format Onedose facilitaràn les vendes, i s'establiran acords amb xarxes especialitzades.

FINANCES

El capital inicial de la companyia ha estat de 500.000 €, aportat per l'equip emprenedor (33%) i els socis financers (67%). Això ha permès desenvolupar el projecte en 2009 i 2010, realitzant les primeres inversions en equipaments i productes. Fins al 2011 es necessitaran 3,5 M€, dels quals 2,5 M€ són per finançar la variació del capital de treball.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	9	10	1.098	7.625
EBITDA	-33	-75	-210	1.527
Nec. Finanç	100	900	2.500	

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

El benefici i *cash-flow* positiu sostingut a partir del 4Q 2012 permetrà la sortida dels inversors a mitjà termini (3 anys) amb rendibilitats molt superiors a altres sectors.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El major risc és el fet de llançar al mercat aquest nou concepte mai aplicat fins ara, el qual aconseguirà donar avantatges a tota la cadena del producte per poder vèncer la desconfiança d'una part dels diferents actors del mercat.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

S'ha d'aconseguir l'augment significatiu del portafoli de productes en els terminis establerts, i la clau és aconseguir una cadena logística competitiva i l'optimització de costos del producte.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

La garantia de l'èxit de projectes passats i l'oportunitat que representa la unidosi va permetre el 2009 i principis del 2010 aconseguir inversors tot i la situació global de l'economia. En aquesta nova etapa la necessitat d'inversió és major, tant per a l'adquisició d'actius fixos (maquinària i dossiers de productes) com, principalment, per finançar el capital de treball en 2011.

Ca L'alegre de Dalt 28
08024 Barcelona
+34 93 182 03 33

Més informació:
www.onedosepharma.com

7

SOM BIOTECH

L'empresa de reposicionament de fàrmacs



RESUM

SOM Biotech té 9 mesos de vida i es dedica a la identificació, validació experimental, patent i llicència de noves aplicacions mèdiques de fàrmacs comercialitzats. Disposem de 400.000 € de fons llavor i 9 projectes en marxa, 4 d'ells en validació experimental. Som 4 persones i el 2010 farem 25 projectes.



EQUIP

El director, Raúl Insa, és metge, doctor en Neurologia Clínica, MBA-ESADE, PDG-IESE i amb més de 20 anys d'experiència internacional en el sector farmacèutic. Ignasi Belda, cofundador, és premi Emprenedor XXI per la seva empresa Intelligent Pharma SL. La resta de membres són tots doctors.

PERSONA DE CONTACTE

Dr. Raúl Insa
insa@sombiotech.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El nostre client principal és la indústria farmacèutica mundial (grans laboratoris), que estan àvids de tenir productes patentats per desenvolupar i posar al mercat.

COMPETÈNCIA

La competència es basa en altres plataformes de drug discovery molt diverses (bàsicament per activitat biològica) i específiques d'una àrea terapèutica.

LA TEVA SOLUCIÓ

La nostra base d'identificació de les noves activitats és mitjançant programari computacional propi, no disponible al mercat i validat.

MODEL DE NEGOCI

L'empresa llicència patents de nou ús de fàrmacs coneguts, a un valor mitjà de 20 M€.

PLA DE MÀRQUETING

La primera venda s'aconseguirà el maig de 2011 a un laboratori farmacèutic rellevant. A partir d'aquí el 20% dels projectes serà llicenciat rutinàriament. S'espera un creixement orgànic i no es descarta entrar en fase II clínica.

FINANCES

El capital fundacional de SOM és de 109.600 €. Amb una primera ronda de FFF hem obtingut 300.000 € més i pretenem 400.000 € abans de final de l'any 2010 per a l'execució dels 25 projectes. Per a finals de 2011 és previsible una segona ronda de capital risc per creixement consolidat.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	2.640	3.840
EBITDA	0	0	575	836
Nec. Finanç	0	400	500	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida garantida és per recompra de la inversió a partir del quart any. S'espera una TIR superior al 50% i un multiplicador de 7.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Creiem que la selecció dels fàrmacs candidats a ser "reposicionats" és un repte més important en el moment actual. Per això estem constituint un comitè assessor internacional amb membres d'Estats Units, del Regne Unit i espanyols, molt experimentats en el sector farmacèutic global.

Parc Científic de Barcelona
Baldri Reixac 4
08028 Barcelona
690 623 263

Més informació:
www.sombiotech.com

8 STAT-DIAGNOSTICA

Point of Care devices for healthcare professionals with molecular & immunoassay capabilities



RESUM

STAT-Diagnostica & Innovation és una empresa amb seu a Barcelona creada l'any 2010 amb l'objectiu de desenvolupar, fabricar i comercialitzar sistemes completament integrats de diagnòstic molecular i d'immunoassaig per a aplicacions clíniques i industrials. Els nostres productes permetran realitzar tests per a la detecció de microorganismes, malalties o condicions de base genètica o altres anàlisis de forma totalment automàtica i precisa.



EQUIP

L'empresa està liderada per quatre professionals provinents del sector industrial del diagnòstic clínic, amb experiència en empreses multinacionals líders de sector, havent ocupat càrrecs de gestió i de recerca i desenvolupament de producte.

PERSONA DE CONTACTE

Jordi Carrera
jcarrera@stat-diagnostica.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els productes de STAT-Diagnostica volen cobrir unes necessitats no satisfetes plenament per cap producte, per realitzar tests a la capçalera del pacient per a malalties infeccioses, marcadors cardíacs, o per a aplicacions de farmacogenòmica.

COMPETÈNCIA

Totes les empreses i tecnologies presents al mercat utilitzen tècniques clàssiques d'extracció d'àcid nucleic, fet que les fa poc competitives amb els nostres productes.

LA TEVA SOLUCIÓ

La nostra activitat es focalitza en el desenvolupament d'una plataforma tecnològica de diagnòstic in vitro per a aplicacions clíniques orientades a realitzar tests a la capçalera del pacient.

MODEL DE NEGOCI

Venda de kits de diagnòstic de desenvolupament propi, o venda de llicències dels nostres analitzadors a empreses de reactius que no posseeixin una plataforma pròpia.

PLA DE MÀRQUETING

STAT-Diagnostica comercialitzarà els seus productes a través d'acords estratègics amb empreses líders del diagnòstic clínic, amb qui ja s'han realitzats contactes previs.

FINANCES

Durant els primers anys es preveuen creixents sostinguts superiors al 30%, i el punt d'equilibri econòmic s'assoliria durant el segon any d'entrada al mercat. La inversió necessària en desenvolupament de producte per arribar al mercat s'estima entre 5,8 i 6,5 M€.

	2009	2010	2011	2012
Facturació				
EBITDA				
Nec. Finanç		200	1.800	2.500

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Assumint uns índexs de penetració inferiors a l'1%, i l'entrada simultània al mercat amb tres productes (a mitjan 2013), durant el primer any al mercat s'estima una facturació que oscil·laria entre els 3,2 i 4,6 M€.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Els productes de l'empresa tenen una finestra d'oportunitat òptima per entrar al mercat entre finals del 2012 i el 2014, com a conseqüència de l'expiració d'un grup de patents de la multinacional Roche. Així, una de les principals prioritats de l'empresa és reduir el temps de mercat per als nostres productes. L'optimització de recursos interns i externs per generar la màxima eficiència és un dels factors que poden limitar el nostre èxit comercial.

STAT-Diagnostica & Innovation
Madrazo 91, 5è 1a
08006 Barcelona
+34 669 753 063

Més informació:
www.stat-diagnostica.com

9 TRANSMURAL BIOTECH

Som especialistes en el processament d'imatge mèdica per al desenvolupament d'innovadores aplicacions



COL·LABORADORS



RESUM

Som una *spin-off* de l'Hospital Clínic i la UB, experts en el processament d'imatge mèdica. Actualment estem desenvolupant dues línies principals. La que està més avançada, ja en fase de prototip, és l'endoVV, un sistema de guiatge del cirurgià en intervencions laparoscòpiques. L'altra és AQUA, un sistema de diagnòstic a través de l'anàlisi automàtica d'ecografies, que està en desenvolupament. Fins ara hem participat en un CENIT i un IAPP de l'FP7.



EQUIP

Els fundadors són Eduard Gratacós, doctor en Medicina per la UB i especialista en medicina fetal i perinatal, i Ivan Amat, enginyer en Telecomunicacions per la UPC i amb formació a Harvard i Maryland. La resta de l'equip està format per enginyers.

PERSONA DE CONTACTE

Roc Viñas Albert
roc.vinas@gmail.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

La laparoscòpia és una cirurgia mínimament invasiva, que presenta grans avantatges per al pacient. Tot i això, i a causa del fet que el cirurgià veu la zona d'intervenció a través d'una pantalla en condicions no sempre perfectes, resulta complexa i difícil d'implantar massivament.

COMPETÈNCIA

Els dos únics productes semblants a l'endoVV requereixen la introducció d'un agent de contrast, el qual és nociu en grans quantitats i té un temps d'exposició molt limitat.

LA TEVA SOLUCIÓ

Oferim un sistema de realitat augmentada en temps real, que proporciona al cirurgià informació sobre la localització dels vasos, limitant així el risc d'aquestes intervencions.

MODEL DE NEGOCI

EndoVV està en procés de ser llicenciat a un tercer, líder en el sector. AQUA s'oferirà com a servei.

PLA DE MÀRQUETING

Negociarem un acord de llicència de l'endoVV amb una multinacional per aprofitar el seu potencial industrial i comercial. Amb els beneficis iniciarem la comercialització d'AQUA.

FINANCES

Fins al moment, l'empresa s'ha finançat amb fons de FFF per valor de 180.000 € i les ajudes públiques obtingudes. En els propers tres anys requerim un finançament pròxim a 1 M€, que es podria doblar per l'aportació d'ENISA, i que ens permetrà l'entrada al mercat i part de la consolidació en aquest.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	575	2.300
EBITDA	-24	189,9	43	1.218
Nec. Finanç	100	250	1.000	500

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'estratègia comercial considerada presenta un risc relatiu i un retorn elevat. El nostre inversor podria sortir venent la seva participació a curt termini, perquè confiem en una revalorització ràpida.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Fins ara s'han aconseguit mitjançant FFF i ajuts públics d'alt prestigi. La busca de grans inversors l'hem retardat fins a aconseguir una valorització de l'empresa que ens resultés atractiva i madurar fins a oferir una proposta amb més garanties i atractiva als possibles inversors. Ara que les tecnologies ja són prou madures, creiem que és el moment ideal perquè entri un gran inversor i ens ajudi a fer el salt de qualitat que l'empresa necessita per poder entrar al mercat amb la força suficient.

Baldri i Reixach 4-6, Torre R
08028 Barcelona
691 507 548

Més informació:
www.transmuralbiotech.com

10

VCN BIOSCIENCES

Virus per al tractament de tumors resistents a la radioteràpia i quimioteràpia



COL-LABORADORS



RESUM

VCN Biosciences va néixer el maig de 2009 amb la missió de desenvolupar nous adenovirus oncolítics com a estratègia biotecnològica d'elevada potència i selectivitat enfront del càncer. Actualment tenim un primer candidat, VCN-01, basat en una tecnologia amb patent pròpia, i amb la preclínica no regulatòria ja acabada, els resultats de la qual indiquen que millora l'eficàcia de les teràpies existents contra el càncer de pàncrees.



EQUIP

L'equip de VCN el formen els doctors Cascalló, Alemany i Capellà, investigadors experts internacionalment reconeguts en viroteràpia del càncer, oncologia molecular i càncer de pàncrees. També tenen experiència en gestió empresarial i regulatòria en OGM.

PERSONA DE CONTACTE

Dr. Manel Cascalló Piqueras
mcascallo@vcnbiosciences.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El càncer de pàncrees ocupa actualment la 4a posició entre les morts associades a càncer malgrat que en incidència és únicament el 13è. A més es tracta d'un tumor orfe de teràpia, a causa de la seva presentació sistèmica i elevada quimioresistència intrínseca.

COMPETÈNCIA

Els nous tractaments desenvolupats per a aquest tumor inclouen noves formulacions de fàrmacs clàssics i anticossos/inhibidors específics amb resultats clínics decebedors.

LA TEVA SOLUCIÓ

Els adenovirus oncolítics presenten un mecanisme d'acció diferencial amb capacitat d'autoamplificació i selectivitat basada en alteracions genètiques intrínseques del tumor.

MODEL DE NEGOCI

VCN valoritzarà nous virus per al tractament de tumors resistents fins a estudis clínics fase I/II.

PLA DE MÀRQUETING

Se seguirà una política de creixement i comunicació concreta en cada etapa del projecte per situar VCN en una posició atractiva per al mercat en fer el primer acord de llicència.

FINANCES

VCN necessita 2,2 M€ a cobrir mitjançant ampliacions de capital desemborsables gradualment entre els anys 2010-2014, i palanquejables amb subvencions i préstecs tous. Actualment l'empresa té un capital social de 24.000 € i està a punt de tancar una ronda de finançament FFF per valor de 150.000 €.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	10	10	0	0
EBITDA	5	-29	-102	-204
Nec. Finanç	5	78	692	605

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

VCN preveu una sortida de la inversió no abans del 2016, moment en què es calcula una rendibilitat del projecte amb TIR entre el 20-30% i un període de recuperació de 7 anys.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Identifiquem tres tipus de riscos en el projecte empresarial de VCN: el risc comercial (que estimem baix basant-nos en el mercat a què ens dirigim), el risc en la gestió del projecte (que minimitzem mitjançant el nostre model de negoci, la nostra estructura de costos i la incorporació d'una àmplia xarxa de consultors), i finalment el risc biològic, inherent a aquest tipus de projectes i que probablement és el més alt de tots.

Bioincubadora
 Av. Gran Via de l'Hospitalet, 199-203
 08908 L'Hospitalet del Llobregat
 661 34 73 96

Més informació:
www.vcnbiosciences.com

ALTRES TECNOLOGIES

CATÀLEG DE PROJECTES

Octubre 2010



1

ALBUS GOLF

Boles de golf ecològiques i biodegradables



RESUM

Albus Golf és una empresa de base tecnològica que dissenya, produeix i comercialitza productes ecològics per als mercats de l'esport, l'oci i el turisme. Estem iniciant la nostra producció i vendes. Hem aconseguit finançament públic i privat però només per a la fase de R+D; ara ens cal més ajut per iniciar la comercialització. Estem constituïts des de l'octubre de 2007, quan vam iniciar la R+D.



EQUIP

Albert Buscató és un enginyer tècnic agrícola de 41 anys nascut a Barcelona, amb àmplia experiència en diferents sectors com pintures, agroquímics, detergents o oci, dins de departaments tècnics, comercials i de màrqueting. En fase d'incorporació un dels socis.

PERSONA DE CONTACTE

Albert Buscató

abuscato@albusgolf.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Actualment es llencen al mar milers de boles de golf no biodegradables i això provoca una alta contaminació del medi en general, boles que maten espècies marines i alliberen a l'aigua traces de metalls pesants. Les ECOBIOBALL alliberen pinso per a peixos.

COMPETÈNCIA

Existeixen boles de golf biodegradables, però sense el valor afegit del menjar al nucli, i també altres possibilitats de practicar el golf com minigolf, videosimuladors o les xarxes.

LA TEVA SOLUCIÓ

Sens dubte la nostra solució és única i la més innovadora, perquè a més de no contaminar, aportem quelcom positiu al medi ambient.

MODEL DE NEGOCI

Es guanyen diners venent l'ECOBIOBALL i un cop pagades despeses fixes i variables (MP, proveïdors, etc.).

PLA DE MÀRQUETING

Introduint l'ECOBIOBALL a tants països com es pugui de la mà de bons distribuïdors i intentant aconseguir clients directes dels sectors dels creuers i hotels & resorts, i incorporant nous productes al catàleg.

FINANCES

Si el creixement és l'esperat podem necessitar prop de 100.000 €, que aniran destinats a la compra de MP, un altre motllo, l'inici d'una 2a planta de producció, viatges, promocions, R+D i llançament de nous productes. Fins ara hem posat prop de 95.000 € entre bancs, ajuts i capital propi. L'equip està posant capital en no haver aconseguit més finançament.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	50	130	250
EBITDA	0	0	5	25
Nec. Finanç	0	30	35	35

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'inversor podria sortir en uns 3-4-5 anys, quan l'ECOBIOBALL estigui plenament implantada mundialment i es vagi substituint per altres productes. El retorn no el podem conèixer ara mateix.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Vam escriure un pla de negoci que ens va permetre un ajut d'un banc i a posteriori un ajut d'ACCÍÓ, ideals per a la R+D, però no hem aconseguit res més; tot i que hem demanat l'ajut NEBT i ens hem presentat a alguns premis, creiem que el fet de no ser encara un equip nombrós i consolidat no ens ha ajudat. Ara necessitem diners per al llançament internacional.

Joan Blanques 62, pral. 1a
08024 Barcelona
626 55 44 11

Més informació:
www.albusgolf.com

2 BTL TECHNOLOGIES

Transformació de matèria orgànica a dièsel sintètic, 100% substitutiu del dièsel convencional i CO₂ neutre.



RESUM

Empresa constituïda el 30/11/09 (finançament públic, 420.000 €) per a la fabricació, distribució, venda i postvenda de maquinària per a la producció de biocombustibles de segona generació BtL (Biomass to Liquids). Tecnologia innovadora, provada i patentada, que produirà un substitut al dièsel convencional, que podrà ser utilitzat per a la generació d'energia o per al transport, i a un cost de producció inferior al del dièsel convencional.



EQUIP

Director Gral. (MBA INSEAD > 9 anys d'exp. en energies renovables i medi ambient); Director Tecnològic/Operacions (> 10 anys d'exp. en enginyeria industrial); Director de Vendes i Desenvolupament de Negoci (> 10 anys d'exp. en el sector industrial).

PERSONA DE CONTACTE

Patrick Hoogvliet
ph@btl-technologies.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els clients potencials són productors de residus orgànics que sovint es troben en una situació complexa davant l'eliminació d'aquests. La tecnologia BtL proporciona una solució per desfer-se d'aquests residus i al mateix temps obtenir un benefici.

COMPETÈNCIA

La competència és escassa. Choren ha desenvolupat una tecnologia similar, però el procés genera residus tòxics i els costos de producció són molt superiors.

LA TEVA SOLUCIÓ

La màquina té la capacitat d'utilitzar gairebé qualsevol tipus de biomassa (residus agrícoles, silvicultura, municipals i industrials), i és alhora modular i transportable.

MODEL DE NEGOCI

Ingressos de la venda de màquines + cànon per litre produït + subproducte venut.

PLA DE MÀRQUETING

Creació de força de vendes pròpia i partenariats amb distribuïdores de maquinària de gestió de residus (preacord amb Ros Roca per a la venda de la primera màquina).

FINANCES

Requeriments finançament: 15 M€ (terminis: 9 M€ mes 0, 4 M€ final mes 3, i 2 M€ final mes 11 d'operacions). Destinació: exclusivitat vendes i distribució (1,5 M€), equipament planta (1,4 M€), màquina proves (5,2 M€), matèries primeres (4,7 M€), salaris (1,2 M€) i altres (1 M€). Temps de posada en marxa i entrega de la primera màquina: 10 mesos.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	5.300	59.300	116.000	180.000
EBITDA	-12.600	17.400	24.500	47.000
Nec. Finanç	15.000			

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Condicions de sortida negociables. Mitjana anual de ROI del 36 % durant els 5 primers anys d'operacions.

Quin és el risc més important del seu projecte?

L'aparició d'una tecnologia superior.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Nova tecnologia: el seu desconeixement pot implicar escepticisme per part de compradors i requerirà un esforç important per donar-la a conèixer.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

A causa de canvis relacionats amb la tecnologia fins ara no s'ha pogut fer una proposta clara d'inversió.

Gran de Gràcia 15, 1r 1a
08012 Barcelona
+34 93 368 23 84
+34 93 368 062

Més informació:
www.btl-technologies.com

3 EBOTLUTION SYSTEMS

Ètica + Enginyeria + Experiència



RESUM

Ebotlution Systems és una emocionant iniciativa empresarial per al desenvolupament de solucions innovadores per als àmbits de seguretat i defensa, fent servir les tècniques més avançades en IA, robòtica i sistemes informacionals. Actualment es troba en fase de prototip amb socis i *partners* industrials estratègics, la concessió d'una subvenció NEOTEC i el guardó com a millor iniciativa industrial de Catalunya de 2009-2010.



EQUIP

L'equip fundador té més de 19 anys d'experiència en diferents enginyeries i projectes de molt alt nivell tecnològic per a empreses com ESA (Agència Espacial Europea), MDE (Ministerio de Defensa Español), BOEING, AIRBUS, EADS, Siemens, La Caixa, etc.

PERSONA DE CONTACTE

Antonio Javier Castellón Campos
antonio.castellon@ebotlution.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Al món existeixen actualment 110 milions de mines i cada any se'n col·loquen 2,5 milions més. En la tasca de neteja intervenen més de 120 països del món i s'hi inverteixen cada any més de 350 M€. En definitiva, els sistemes actuals són massa cars i lents.

COMPETÈNCIA

La competència directa es troba principalment focalitzada en els actuals sistemes de localització i detecció de mines mitjançant gossos ensinistrats.

LA TEVA SOLUCIÓ

El nostre avantatge competitiu està en dotar un sistema robotitzat de baix cost que integra, automatitza i dóna suport a totes les tasques de remoció de mines i UXOs.

MODEL DE NEGOCI

Convertir-nos en una de les referències d'alta enginyeria i innovació en l'àmbit mundial.

PLA DE MÀRQUETING

Ens dirigirem als canals del sector fent validacions i certificacions per a estaments reconeguts, així com a *trainings* i *showrooms* dins dels simposis i exposicions.

FINANCES

Actualment disposem de 350 k NEOTEC-I i obrim una ronda de finançament de fins a un màxim de 600 k, amb els quals tindrem assegurades totes les despeses de l'empresa per al projecte més enllà dels 2 anys de desenvolupament (encara que no existissin vendes ni altres projectes). També es preveu com a alternativa de finançament ENISA.

	2009	2010	2011	2012	2013
Facturació	0	0	2	975	3.167
EBITDA	0	-43	-326	153	1.811
Nec. Finanç	0	340	610	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Els dividends es repartiran a partir del tercer any amb entre el 25% i el 50% sobre els beneficis.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc més important es troba en la resistència al canvi, que pugui afectar la velocitat d'entrada de la solució dins del sector. Per altra banda, una demanda sobtada d'unitats podria incórrer en manca de finançament per pagar els creditors i/o per donar una resposta en qualitat de servei als clients. Tots dos riscos són coneguts i tenen els seus plans de contingència adequats.

Espronceda 139, 3r 3a
08005 Barcelona
696 10 83 69

Més informació:
www.ebotlution.com

4 GOOD DEAL

Descomptes personalitzats a la botiga



RESUM

Quiosc multimèdia ubicat a l'entrada d'un supermercat. T'identifica quan introdueixes la teva targeta de fidelització i et permet escollir entre una bateria de cupons prèviament tarifatats basant-se en el teu comportament de compra per fer-los servir al moment. Realitzats pilots el 2009 en dues cadenes de supermercats. Resultats molt positius que multipliquen x 4 els resultats dels mètodes actuals.



EQUIP

Socis fundadors: Sergi Quinto, més de 10 anys en gran consum en empreses de primer nivell internacional (Unilever, Vileda, Frigo). Llic. Econòmiques i MBA IESE. José Luis Aguiriano, 8 anys en la direcció de comercials, 5 en multinacionals, 4 com a consultor. Dip. Empresarials, màster MKT UPV, DMS (UK), PDD IESE.

PERSONA DE CONTACTE

Sergi Quinto
jlaguiriano@gooddeal.es

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els compradors es queixen dels cupons descompte perquè la majoria de supermercats els entreguen quan paguem a la línia de caixes: «em frustra que siguin per a la pròxima compra»; «els perdo, els oblidó o em caduquen»; «no sempre surten els que m'interessen i m'agradaria elegir les meves pròpies promocions».

COMPETÈNCIA

No coneixem cap empresa a Espanya que ofereixi la solució integrada que ofereix Good Deal. Futura competència pot venir d'empreses de quioscs, agències de promocions digitals, agències de *retail*.

LA TEVA SOLUCIÓ

La solució completa es compon de *hardware*, *software* Kiosko, plataformes tecnològiques d'integració en sistemes dels clients, mòduls de control, monitoratge i estadístics. Consultoria per optimitzar i rendibilitzar el model de negoci, atracció de fabricants, comercialització i gestió de continguts digitals i multimèdia.

MODEL DE NEGOCI

Els elements de la solució es facturaran al retailer i als fabricants, a partir d'un fix mensual més un variable en funció dels cupons emesos.

PLA DE MÀRQUETING

Mercat objectiu: *retailers* amb botigues > 400 m². Contactes identificats a través dels accionistes i assessors i venda dels primers pilots *one-to-one*. Una vegada s'implementin uns quants pilots podem començar una campanya de RRPP. Escalabilitat internacional i d'altres productes accessoris als mateixos clients.

FINANCES

Necessitem 220.000 € per finançar la fase d'expansió inicial. Es destinaran al desenvolupament de les plataformes i innovacions tecnològiques i RRHH de gestió comercial. Fins al moment, hem invertit 140.000 €.

	2009	2010	2011	2012
Facturació		24	1.024	3.350
EBITDA		-125	102	628
Nec. Finanç		220	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Venda de la participació a empreses: 1) investigació de mercats; 2) gestió publicitària; 3) gestores de cupons.

Quin és el risc més important del seu projecte?

No realitzar una expansió i implementació ràpides, que ens permetin aconseguir la corba d'experiència necessària per protegir la nostra idea.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

La incorporació de persones que complementin l'equip gestor per agilitzar l'expansió.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Fins ara no hem buscat finançament. Ens hem centrat en la definició i fabricació del producte i la seva comercialització. En l'etapa inicial ens ha donat suport Unilever.

Vallespir 197
08014 Barcelona
639 30 83 00
Més informació:
www.gooddeal.es

5 GREENALTECH

Solucions biotecnològiques amb algues unicel·lulars com a biogeneradores de compostos naturals d'alt valor afegit



RESUM

Greenaltech és una start-up de fundació recent (setembre del 2009) dedicada a la R+D+i biotecnològica en algues unicel·lulars per a la seva explotació com a biofàctories de productes d'alt valor afegit per a les indústries energètica, farmacèutica, cosmètica i alimentària. El projecte té com a objectiu la creació, caracterització i optimització de l'explotació d'una llibreria de microalgues pròpia.



EQUIP

L'equip està format per tres emprenedors amb llarga experiència en l'empresa biotecnològica. Tenim el *know-how* necessari en bioinformàtica, biologia molecular i enginyeria de microorganismes per al desenvolupament de la iniciativa empresarial.

PERSONA DE CONTACTE

Olga Durany Türk
odurany@greenaltech.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El nostres clients són tots aquells que requereixin millorar la qualitat del seu producte, o que cerquen vies alternatives de producció més econòmiques, naturals i que vulguin fer-ho de forma ecològicament sostenible.

COMPETÈNCIA

Els principals competidors són totes aquelles empreses productores de compostos funcionals alimentaris per síntesi química.

LA TEVA SOLUCIÓ

L'explotació industrial de microalgues en fotobioreactors: espècies optimitzades i sistemes productius nets, de baix cost i d'alt rendiment.

MODEL DE NEGOCI

L'empresa explotarà principalment llicències de propietat intel·lectual.

PLA DE MÀRQUETING

Establirem els canals necessaris per tenir la màxima proximitat als nostres clients de forma que puguem adaptar els nostres productes a les seves necessitats eficientment.

FINANCES

El finançament addicional necessari per als tres primers anys és d'uns 350.000 €, podent-se escalar les aportacions entre el 2010 i principis del 2011. Aquesta aportació és necessària per al desenvolupament tecnològic inicial. Actualment el projecte té assegurat un finançament de 270.000 €, 90.000 dels quals són aportació dels emprenedors.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	0	90.000
EBITDA	0	-92	-327	-258
Nec. Finanç	0	100	250	0

Dades en milers d'euros.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Fins ara hem aconseguit un capital inicial format principalment per subvencions (Gènesi, dues Torres Quevedo). Actualment ja estem negociant amb un conjunt privat d'inversors un paquet de finançament per als tres primers anys d'activitat i per aixecar un NEOTEC I.

Padilla, 309, 7è 4a
08025 Barcelona
636 37 17 50

Més informació:
www.greenaltech.com

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida més probable dels inversors podrà coincidir amb les entrades de capital a partir del tercer-quart any, amb una TIR calculada del 30% a 10 anys.

6 GREENPOWERMONITOR



RESUM

GreenPowerMonitor, de capital 100% privat, es va constituir el 2007. Té com a objectiu gestionar la informació relacionada amb energies renovables. Monitorem les dades associades a les plantes fotovoltaïques, les transmetem i les mostrem mitjançant una plataforma web i programa d'escriptori. El sistema està funcionant des de fa 2 anys i ens hem convertit en referent de monitoratge en el mercat europeu.



EQUIP

L'equip està principalment compost per enginyers, especialistes en *hardware*, *software* i telecomunicacions, amb perfil de gestió i administració d'empreses. També disposem d'un equip de vendes a Barcelona, Madrid, Itàlia i Grècia.

PERSONA DE CONTACTE

Federico Bernades Carulla
federico.bernades@greenpowermonitor.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El nostre client principal és aquell que necessita tenir un control exhaustiu de la seva planta fotovoltaïca, ja que s'ha d'assegurar que el seu rendiment sempre sigui el màxim. Pot ser una empresa d'operació i manteniment o el promotor de la planta.

COMPETÈNCIA

Les solucions actuals vénen donades per les cases d'inversors, per sistemes SCADA i empreses internacionals que ofereixen sistemes similars però amb una altra filosofia.

LA TEVA SOLUCIÓ

Nosaltres oferim un sistema claus en mà, en què oferim tota la cadena de valor: HW, comunicacions, instal·lació, SW i servei de monitoratge.

MODEL DE NEGOCI

Venda de *hardware*, posada en marxa i una quota anual per l'accés a les dades.

PLA DE MÀRQUETING

Internacionalitzant-nos. Estem obrint mercat en aquells països que han de tenir una progressió clara en renovables, com Itàlia, Grècia, EUA, Índia...

FINANCES

El *cash* disponible marcarà la velocitat de progressió de GPM. Fins ara tot el *cash* l'ha aportat l'equip empenedor (uns 900.000 €). Actualment som líders al mercat espanyol, i estem treballant per ser-ho a l'italià, el grec i el d'Estats Units. Per aconseguir-ho necessitem uns 3 M€ en 3 anys.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	844	2.500	6.000	12.000
EBITDA	113	1.000	2.000	4.000
Nec. Finanç		500	4.000	500

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Venda preferent de la participació dels inversors als empenedors. Poden esperar un ROI entre el 200% i el 300%.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Mitjançant aportació dels empenedors i reinvertint els beneficis obtinguts.

Bori i Fontestà 16, Entl.
08021 Barcelona
902 73 42 36

Més informació:
www.greenpowermonitor.com

7 GRYYP LINE

Innovació en el món de l'automoció

RESUM

Som una empresa familiar iniciada el 1952 fabricant frens de tambor en el ram de la motocicleta. A la dècada dels 80 iniciem la fabricació de discs de fre i en el 2003, fruit d'una investigació, veiem la possibilitat d'un desenvolupament per automoció d'un nou concepte de fre de disc ventilat per a vehicles turismes que millora el cost i el pes. L'any 2009, després d'assajos de simulació i pràctics, en contrastem la viabilitat.



EQUIP

La gestió financera i del conjunt, Gryyp Line, una enginyeria per a la part tècnica de dibuix i càlculs de simulació, una empresa especialitzada en proves sobre vehicles i que ho fa a pistes d'IDIADA i una empresa de frens del sector automoció per a aplicacions a 3 clients.

PERSONA DE CONTACTE

Jordi Nadal
nagesti@nagesti.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Es fabriquen 65 milions de vehicles turismes per any, més transports lleugers/pesants i ferroviaris. La fabricació convencional comporta una despesa energètica. Les necessitats de reducció de costos són la nostra oportunitat de negoci ja que baixem el cost el 20%.

COMPETÈNCIA

Els discs són com són fa més de 60 anys, amb el mateix concepte de la turbina interna. No hi ha competència en el mercat ni registrada que nosaltres sapiguem.

LA TEVA SOLUCIÓ

En un disc convencional, la refrigeració es produeix gràcies a una turbina interna que té uns costos de fabricació elevats. Nosaltres eliminem la turbina interna i el seu cost (i pes).

MODEL DE NEGOCI

Volem llicenciar les empreses fabricants de cotxes. Cada una ja té el seu proveïdor.

PLA DE MÀRQUETING

El sector del cotxe és molt petit. Agafarem un parell de clients OE dels de referència i la competició de ral·lis. L'estalvi que es difondrà i la premsa especialitzada faran la feina.

FINANCES

Oferim l'oportunitat de negoci de gestionar els drets de fabricació de la nostra invenció amb els fabricants de vehicles: VW, Renault, Ford... Cadascú mantindria el seu proveïdor. VW fabrica prop de 6 M de vehicles. A 2 euros per vehicle d'estalvi, s'ha de negociar què està disposada a pagar pel nou concepte. I així els 65 M de cotxes que es fan al món.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	Veure estratègia	Veure estratègia	Veure estratègia	Veure estratègia
EBITDA	0	0	10.000	32.500
Nec. Finanç	0	Prop. Inversió	200	200

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Potencial de negoci. Estalviem al fabricant 1,00 per disc. Producció mundial, 65 M per any. Royalty estimat, 0,25 x disc. Potencial, 32,5 M per any. ROI segons inversió.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Que hi hagi una sorpresa en el desenvolupament. Pel que ens diuen els qui ho fan i els resultats que anem tenint, no es preveu.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Potenciar l'apartat de la competició per donar suport al llançament i facilitar la posterior difusió i acceptació.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

- 1- Fons propis i subvenció ACCIÓ.
- 2- Estem pendents d'ACCIÓ.

Sant Sebastià 1
08960 Sant Just Desvern
+34 93 371 16 78 - 610 24 89 14

Més informació:
www.gryyp.com

8 OFFSET OPTIONS

És la primera companyia que ofereix una plataforma web que proporciona opcions de compensació de carboni



COL·LABORADORS

ESADE
Business School

RESUM

Offset Options és un nou mercat electrònic en línia que a través de serveis web proporciona transparència de productes i de preus en el mercat voluntari del carboni. L'empresa es troba en la fase de vendes i ha sol·licitat un finançament privat de La Caixa i sol·licitarà la propera setmana el finançament públic ENISA per a joves emprenedors. L'empresa es va constituir el 10 de juliol de 2009.



EQUIP

Luke Miller ha estat director de projectes a Tesco Compare (Banc Tesco-Real d'Escòcia). Olaf Petzschmann ha treballat deu anys com a consultor sènior a Microsoft Alemanya i anteriorment a la Universitat de Potsdam.

PERSONA DE CONTACTE

Luke Miller

luke.miller@offsetoptions.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Offset Options ha elaborat un programa per al grup de música U2, a través d'un lloc web copatrocinat, per a la venda de compensacions de carboni a tres milions de compradors d'entrades.

COMPETÈNCIA

Competidors com el Chicago Climate Exchange es dediquen a grans transaccions de bons de carboni però no se centren en els grups als quals ens dirigim nosaltres; es tracta d'un mercat més petit.

LA TEVA SOLUCIÓ

El mercat d'Offset Options proporciona serveis de dades que faciliten la integració de serveis mediambientals en les aplicacions de venda dels nostres clients.

MODEL DE NEGOCI

Els ingressos provenen d'una taxa percentual que posem als preus de proveïdors i d'una taxa de participació dels consumidors finals.

PLA DE MÀRQUETING

A través de vendes directes enfocades en sectors concrets, estratègies de comunicació (publicitat sectorial i en línia, mitjans de comunicació social), participació en esdeveniments rellevants.

FINANCES

El finançament total que necessitem es d'1 M€ (500.000 al final de 2010 i 500.000 al final de 2011), que es destinaran a vendes i màrqueting, tecnologia i expansió internacional. Els diners que ja s'han posat en el negoci són 123.240 €; l'últim import dipositat és de 50.000 €, resultat d'una ampliació de capital efectuada el 17/05/2010 per socis, familiars i amics.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	4	106	892	1.853
EBITDA	-11	-55	374	734
Nec. Finanç	0	500	500	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'inversor tindrà una sortida en adquisició per part de les institucions financeres i un retorn del 127%. Aquest retorn, superior al 100%, reflecteix l'escalabilitat del model de negoci i el creixement esperat del mercat.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Offset Options està liderant un nou mercat en què els consumidors no estan ben versats. Com a resultat s'ha produït un gran esforç en la millora de les comunicacions que executem amb els nostres grups d'interès. Estem treballant per aconseguir la penetració a gran escala dels sectors als quals ens dirigim i una millora en la comunicació als consumidors finals. Així serem capaços de portar els mercats de carboni cap als consumidors com ningú ha fet anteriorment.

Llacuna 162-164
08018 Barcelona
+34 93 48 63 340 - 634 801 681

Més informació:
www.offsetoptions.com

9 PROASEPTIC

Tecnologia innovadora per envasar begudes i alimentació líquida amb un envàs asèptic flexible, sostenible i econòmic que es converteix en la pell natural que protegeix el producte i li dona valor afegit



RESUM

Proaseptic dissenya, acobla i ven maquinària innovadora per envasar asèpticament. L'empresa, amb clara vocació internacional, es va constituir fa tres anys amb finançament privat i públic. Hem desenvolupat una 1a màquina per envasar productes làctics UHT (2 patents atorgades) com a alternativa als envasos de cartró. Des de set. 2009 èxit en el llançament de nata UHT en bossa amb tap al mercat francès i batuts al mercat internacional d'un dels líders europeus processador de làctics (Bongrain – Elle&Vire).



EQUIP

A part de la meua figura com a emprenedor, amb més de 13 anys d'experiència al sector de l'envasament, el meu equip està liderat pel director tècnic, el cap de producció i la directora de projectes i qualitat, amb aptituds i habilitats per superar els reptes d'una empresa petita amb caràcter innovador.

PERSONA DE CONTACTE

Arnaud Quetin
aquetin@proaseptic.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Empreses productores de productes d'alimentació líquida, begudes i farmacèutiques que necessiten diferenciar els seus productes vs. marques blanques/distribuïdors, ampliar la seva oferta i reduir les despeses de producció.

COMPETÈNCIA

Altres productors de maquinària per a envasos rígids asèptics: cartró - Tetra Pak Combi-bloc. Competidor directe per maquinària asèptica en envàs flexible: Volpak.

LA TEVA SOLUCIÓ

Proaseptic té un saber fer únic en tecnologies de mecànica (formació envàs i segellat), procés i instrumentacions asèptics i electrònica d'última generació.

MODEL DE NEGOCI

Proaseptic ven tecnologia (màquina) i el client de Proaseptic pot comprar a diversos proveïdors de material d'envàs per controlar els costos. Tecnologia provada amb 1ª màquina en producció diària per a envasos asèptics per a productes làctics.

PLA DE MÀRQUETING

2 vendes 2010 amb preu mitjà d'1,5 M€ cada màquina. 3 vendes 2011 i 4 vendes 2012. Creixement controlat de l'empresa i innovació continuada.

FINANCES

Proaseptic cerca 2 M€: 1 M€ per al creixement orgànic (previst des. 2010) i per a estudis de nous desenvolupaments, i 1 M€ per finançar un equip asèptic pilot (previst 2011). Participació actual: 500 k€ emprenedor; 1 M€ capital risc; fons públics CDTI 720 k€ i ENISA 400 k€.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	167	1.457	3.000	6.000
EBITDA	-591	-63	419	1.546
Nec. Finanç				

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Recompra per a la venda a un industrial.

Quin és el risc més important del seu projecte?

La superfície financera de Proaseptic, atès que és una empresa d'alta tecnologia.

Les multinacionals, clients potencials, validen la tecnologia d'avantguarda de Proaseptic per a l'envasament dels seus productes asèpticament, però també cerquen una empresa amb una tresoreria confortable.

Ptge. Arrahona 4, nau 1
08210 Barberà del Vallès
+34 93 718 51 08

Més informació:
www.proaseptic.com

10 RABASSA INNOVA

Obey The Nature, Enjoy It



RESUM

Disseny i fabricació de vehicles per a oci, aplicacions professionals i militars. Dissenyem i fabriquem tots els components del vehicle. Som l'única empresa amb aquesta activitat a Europa. Disposem de les homologacions espanyola i europees. Tenim productes únics amb tecnologia pròpia i els podem vendre a qualsevol part del món. També tenim alguna patent mundial de dissenys nostres per explotar.



EQUIP

Enric Rabassa, 30 anys en el món de l'enginyeria i el disseny. Direcció.
Pep Vila, empresari, i Florenci Rius, empresari, socis. I cinc persones més.

PERSONA DE CONTACTE

Enric Rabassa
erabassa@rbsobey.es

PROBLEMA/OPORTUNITAT

La crisi i la consegüent davallada de vendes han aprimat els recursos financers i la nostra expansió a Europa ha quedat condicionada per aquest fet. Necessitem recursos financers per créixer en mercats exteriors.

COMPETÈNCIA

Els nostres competidors són empreses molt grans –facturació 1,2 B\$–; nosaltres ocupem un nínxol de mercat. Els principals competidors són Polaris i BRP, totes dues americanes.

LA TEVA SOLUCIÓ

Producte innovador, unes prestacions i qualitat molt altes, amb una alta seguretat. Tecnologia pròpia i solucions tècniques innovadores.

MODEL DE NEGOCI

Venda dels vehicles, accessoris, recanvis i activitats.

PLA DE MÀRQUETING

Reforçar el perfil de client d'oci. Fer nous models per al mercat agrícola. Fer el projecte del vehicle militar per a l'exèrcit espanyol –ja ens l'ha demanat–.

FINANCES

En els propers tres anys ens calen uns 900.000 €, a desemborsar en els propers dos anys. Els socis hem aportat 1,1 M€ en efectiu i 0,3 M€ en projecte. L'equip empenedor ha estat posant diners fins avui i no en pot posar més. Avui hauríem de facturar 2 M€ i en tres anys 5,8 M €. A setembre del 2008 Espanya s'ha parat i estem sortint a vendre a export.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	300	600	1.000	2.000
EBITDA				
Nec. Finanç		300	500	200

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Es pot sortir entre cinc i deu anys, amb un creixement esperat del 400%.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Cercar possibles socis industrials per entrar dins la seva cobertura. Les empreses espanyoles i catalanes no coneixen el nostre sector, i no els genera confiança.

Pol. Ind. Pla dels Vinyats
Energia 50
08251 Sant Joan de Vilatorrada
+34 93 872 67 03

Més informació:
www.rbsobey.es
www.rabassainnova.com

11

S3D TECHNOLOGIES

Tecnologia per a la producció audiovisual en 3 dimensions, la comunicació present i de futur



RESUM

S3D Technologies, constituïda l'octubre de 2008, desenvolupa el *hardware* i *software* necessaris per a la captació de la imatge estereoscòpica per a les produccions audiovisuals en 3 dimensions. Respecte al *hardware* té un prototip i està en fase de construcció de la sèrie 0. Quant a *software*, un està disponible per a la venda (S3D Calculator), un altre en fase de *beta tester* i un més en procés de desenvolupament. Fins al moment, l'aportació ha estat pública, per part d'Avanza I+D, CDTI i NEBT.



EQUIP

Carolina Barco és llicenciada en Dret i màster en Propietat Intel·lectual i Direcció d'Empreses Audiovisuals. Carina Portillo és màster en Finances, amb experiència a Wall Street, i Jesús Rodríguez és tècnic en Telecomunicacions amb experiència en R+D.

PERSONA DE CONTACTE

Carolina Barco
c.barco@s3dtechnologies.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

L'augment dels canals de distribució i explotació que permeten explotar el contingut en 3D fa que sigui necessari disposar d'aquest i amb això de les eines que el fan possible. Les actuals són escasses, cares i amb poc nivell d'automatització.

COMPETÈNCIA

La principal competència la trobem als EUA, concretament a l'empresa Element Technika. La nostra solució depèn de donar més prestacions.

LA TEVA SOLUCIÓ

El nostre avantatge competitiu radica en un producte amb un gran nivell de qualitat a un bon preu i integrat amb d'altres solucions que ofereixen empreses complementàries.

MODEL DE NEGOCI

Amb la venda de la seva tecnologia *hardware* i llicència de *software*.

PLA DE MÀRQUETING

L'empresa encara no presenta vendes. Per arribar al seu potencial client ho farà mitjançant publicitat directa i indirecta, presentacions oficials, assistència a fires internacionals i acords estratègics.

FINANCES

Fins al moment l'equip empenedor ha posat al voltant de 60.000 euros. La resta, en una quantitat al voltant de 600.000 euros, ha estat pública. Per afrontar la fase de finalització de productes, comercialització i expansió internacional cerca al voltant de 500.000 euros que pot rebre en diferents terminis.

	2009	2010	2011	2012
Facturació		200.000	3.500.000	9.800.000
EBITDA		30.000	1.890.000	5.488.000
Nec. Finanç		400.000	600.000	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'estratègia de sortida serà la venda a un tercer de les seves accions.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Perdre la finestra d'oportunitat que existeix en aquest moment i que, a causa del boom del 3D, és extraordinària. Ara bé, també és igualment certa la forta velocitat a què treballen els nostres competidors.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Màrqueting, publicitat i vendes.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Hem anat a fòrums d'inversió com l'IESE, hem parlat amb Venture Capital com Nauta o Debaeque i en aquests moments participem al programa Investment Readiness. Si no hem trobat encara els diners que necessitem és perquè l'empresa no presenta facturació.

París 199, pral. 2B
08036 Barcelona
+34 93 368 05 22

Més informació:
www.s3dtechnologies.com

12

SIARQ

Recerca, desenvolupament i innovació en bioarquitectura, estalvi energètic i sostenibilitat urbana



RESUM

Ens dediquem a la R+D+i oberta d'aplicacions de la tecnologia fotovoltaica en els àmbits de l'arquitectura i el mobiliari urbà. Organitzem i coordinem equips de R+D+i consorciats per llicenciar amb posterioritat la patent a les empreses comercialitzadores que han participat en cada consorci. A més, fem consultoria energètica d'edificis i solucions ad hoc.



EQUIP

Primer accionista: Bernard Le Genissel.
 Director general: Alessandro Caviaasca, enginyer i arquitecte.
 Director comercial: Carles Sànchez, economista i MBA.

PERSONA DE CONTACTE

Carles Sànchez
 info@siarq.net

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els problemes pressupostaris públics són cada vegada més importants i el cost de l'energia i de les emissions de CO₂ augmentarà progressivament en els propers anys. Les ciutats hauran d'incloure a les seves agendes l'estalvi energètic de manera prioritària.

COMPETÈNCIA

Les grans companyies de mobiliari urbà treballen amb dissenyadors externs que treballen productes amb càrrega de disseny i nivells de sostenibilitat molt baixos, però no han incorporat productes d'alt nivell tecnològic i sostenible encara.

LA TEVA SOLUCIÓ

Llicenciem la nostra tecnologia i patents a empreses líders en els seus mercats i mantenim una relació d'oficina de R+D+i amb elles per actualitzar productes i afegir-ne de nous.

MODEL DE NEGOCI

Els ingressos provenen dels royalties i dels honoraris de direcció de projecte de les JV.

PLA DE MÀRQUETING

Llicenciar els nostres productes a altres països de la UE, a Llatinoamèrica i Pròxim Orient. Hem constituït una *Joint Venture* per al desenvolupament d'un nou producte molt innovador.

FINANCES

El consorci que estem constituint necessita per al 2011 250.000 € i per al 2012 250.000 €. El cost total del projecte és d'1.150.000 €. Els ingressos provindran dels royalties que generin les vendes del producte. La venda serà a càrrec de la empresa comercial llicenciària de la patent.

	2011	2012	2013	2014
Facturació	205	300	1.000	1.700
EBITDA	-	20%	42%	63%
Nec. Finanç	250	250		

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Oferim una TIR a cinc anys del 45%.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Sens dubte el procés d'internacionalització ha de reforçar-se i accelerar-se per tal d'aconseguir llicenciataris de la nostra tecnologia a altres mercats.

L'increment dels nostres ingressos provindrà dels *royalties*. Concretament, el 80% provindrà dels *royalties* i el 20% d'honoraris de direcció de projecte i disseny de producte.

Montcada 31-33, 3r 2^a A
 08003 Barcelona
 +34 93 553 39 13

Més informació:
www.siarq.net

13 SUSTAINABLE TECHNOLOGIES

Tecnologia per a un món millor



COL-LABORADORS



RESUM

Sistema low-cost de tractament d'aigües residuals. Converteix el problema del purí en una oportunitat de negoci sostenible. Es troba en fase de pilot demostratiu. Ha aconseguit 321.000 € de NEOTEC, 170.000 de capital privat, 30.000 d'Obra Social Bancàixa i falten 70.000 € de capital privat per iniciar. Empresa constituïda fa un any. 85.000 € de capital social.

EQUIP

Mario Rosato, 12 anys director general, 6 anys comercial, 8 anys eng. projectista i I+D. Giovanna Barbaro, 10 anys disseny industrial, 6 anys màrqueting. Jesús Urieta, 20 anys experiència comercial, pioner del sector biomassa a Espanya.

PERSONA DE CONTACTE

Mario A. Rosato
m.rosato@sustainable-technologies.eu

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El purí és una emergència nacional reconeguda com a tal pel Ministeri d'Ambient. El granger porcí no disposa de solucions econòmicament abordables per gestionar-lo correctament. A les multinacionals no els interessa aquest nínxol.

COMPETÈNCIA

La «solució» tradicional de llençar el purí al camp és gratis però crea greus problemes. Els competidors «tecnològics» són grans multinacionals, però cares.

LA TEVA SOLUCIÓ

Procés purament biològic de quatre etapes. Entra purí i energia solar, surt aigua neta, pinso, biogàs i oxigen. Construcció *low-cost*, materials reciclats i reciclables.

MODEL DE NEGOCI

Venda directa de les plantes i servei de manteniment. Producció 100% externalitzada.

PLA DE MÀRQUETING

Es farà una R+D sobre quatre prototips amb fons NEOTEC, i després patent del model definitiu. Inici vendes el 2012. Les vendes actuals són serveis de consultoria i R + D.

FINANCES

Necessitem 600.000 €, dels quals 321.000 € són NEOTEC i la resta finançament privat, per realitzar i testar 4 prototips en 2 anys i llançar el producte a Espanya i Itàlia. Ja hem posat 85.000 € entre estalvis i hores de treball.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	4	492	1.292	2.492
EBITDA	-81	22	267	963
Nec. Finanç	-88	-230	184	544

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida més probable és la venda de l'empresa a una multinacional del sector (s'han iniciat negociacions amb AGBAR). ROI teòric a 5 anys > 300%.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Els riscos més importants són:

- a) no aconseguir finançament a breu termini.
- b) la competència (d'alguna manera deslleial) d'universitats i centres tecnològics, que monopolitzen tota la R+D a Espanya.
- c) que alguna multinacional o centre tecnològic desenvolupi pel seu compte algun dels detalls que no podem protegir amb patents per falta de fons.

Parc Tecnològic del Vallès s/n
08290 Cerdanyola
+34 93 733 0905

Més informació:
www.sustainable-technologies.eu

14

SVENSKASTOL

+ independència - dependència



RESUM

Estem desenvolupant la cadira OMOWA, que està protegida per patent i és un element que permet l'accés als diferents elements sanitaris del bany a persones amb mobilitat reduïda ja sigui per l'edat o per una minusvalidesa. El nostre públic objectiu són les ortopèdies i els usuaris finalistes, així com associacions. Ja hem desenvolupat tres prototips i actualment esperem la sèrie 0.



EQUIP

Un equip jove, amb formació acadèmica com a mínim universitària i amb experiència en el llançament de negocis en diferents àmbits empresarials i la gestió de societats mercantils que encara estan en actiu.

PERSONA DE CONTACTE

Juan Diego Ruiz
juandiego@wilminton.es

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les necessitats de les persones grans i dels discapacitats són un mercat en creixement continu. El nostre producte és transportable i de mida petita. Ens preocupa que sigui copiat i l'existència de productes substituïts, així com el procés d'internacionalització.

COMPETÈNCIA

Dintre del mercat hi ha molts productes que serveixen com a ajut, però que puguin fer el nostre servei de forma semblant valen més del doble, per la qual cosa no els considerem competència.

LA TEVA SOLUCIÓ

La nostra patent ens garanteix un producte únic que aporta un avantatge competitiu que facilita la vida diària tant a usuaris com a cuidadors.

MODEL DE NEGOCI

Donem satisfacció a la necessitat de les persones dependents amb el nostre producte.

PLA DE MÀRQUETING

La nostra idea depèn de posicionar-nos en un mínim del 20% de les ortopèdies espanyoles en 1 any, firmar acords amb col·lectius i saltar al mercat internacional.

FINANCES

Les nostres necessitats financeres són de 600.000 € una única vegada, que es destinaran en la seva major part a la fabricació de producte i a donar-lo a conèixer. També una petita part, d'uns 36.000 €, serà per al desenvolupament del producte. Esperem que la recuperació d'inversió es produeixi el primer any.

	2010	2011	2012	2013
Facturació	0	1.277	1.531	1.431
EBITDA	0	473	508	545
Nec. Finanç	600	0	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'inversor podrà recuperar la inversió des del primer any, però creiem que continuarà en el projecte amb la internacionalització. Esperem una rendibilitat superior al 30%.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Des de fa gairebé un mes ha començat la recerca del finançament necessari per dur a terme el projecte i s'està treballant amb diferents empreses de capital risc, Business Angels i finançament via ICO, esperant aconseguir en els propers mesos els diners necessaris.

Doctor Caballero 8
08150 Parets del Vallès
Barcelona
Tel. +34 93 209 76 76
Fax +34 93 562 30 63

Més informació:
www.svenskastol-ortopedia.com

15

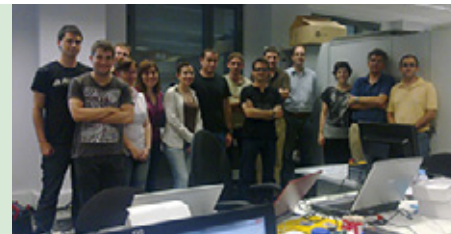
URBIOTICA

The City Operating System



RESUM

Aportem conceptes i tecnologies essencials per a la ciutat del segle XXI: una gamma completa de productes i serveis de base tecnològica destinats a captar dades en temps real de la ciutat i controlar actuadors per millorar l'eficiència en la gestió i ús de l'espai urbà. Constituïda el 2008, ja tenim els primers projectes de prova de concepte engegats a l'àrea metropolitana de Barcelona i hem aconseguit ampli suport del finançament públic.



EQUIP

Antoni Brey: enginyer de Telecomunicacions, conseller delegat i dir. gral. Irene Compte: llic. Geografia per la UdG i dir. adjunta. Joan Eusebi Pujol: llic. Econ. i Empr. i MBS per INSEAD, conseller delegat. Javier Nieto Santa: llic. en ADE i MBA per ESADE, president. Consellers: Jordi Romeu i Lluís Jofre, catedràtics de la UPC. Equip I+D: 12 enginyers. Equip Admin.: 2 persones.

PERSONA DE CONTACTE

Antoni Brey Rodríguez
info@urbiotica.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Cada vegada les ciutats esdevenen més complexes de gestionar. D'altra banda, els avenços tecnològics fan possible la gestió de la ciutat con un sistema integrat i apostar per la millora d'eficiència a través del tractament automàtic de la informació en temps real.

COMPETÈNCIA

Actualment hi ha centenars d'empreses que desenvolupen solucions tecnològiques verticals, però cap d'elles fa una aproximació transversal, sistèmica i innovadora.

LA TEVA SOLUCIÓ

Una combinació de dispositius de sensorització sense fils, econòmics i dissenyats específicament per a la ciutat, equips de comunicació i plataformes per a la gestió de la informació en temps real.

MODEL DE NEGOCI

Les cadenes d'agents implicats són extenses i URBIOTICA en cada cas encaixarà la seva proposta valor (des de les administracions supramunicipals a les empreses de serveis o empreses proveïdores de tecnologia).

PLA DE MÀRQUETING

Les vendes dels propers tres anys es focalitzaran als ajuntaments de ciutats mitjanes i grans i també a d'altres agents privats, de gestió i serveis estructurals de la ciutat.

FINANCES

APORTACIONS AL NEGOCI FINS ARA: Aportació dels socis actuals: 300 k, i 300 k compromesos. Finançament públic de 400 k. APORTACIONS FUTURES: Necessitem 900 k fins al 2011 i 2.400 k fins al 2012.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	100k	1.250k	4.750k
EBITDA	-50k	-350k	0	1.650k
Nec. Finanç	0	0	900k	2.400k

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Inferior a 5 anys. Sortida per entrada de nous inversors i cal preveure també opcions de recompra. ROI estimat: 30%.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Fins a final del 2010 tenim cobertes les necessitats de finançament de l'empresa, però des de fa un quant temps ja ens reunim regularment amb potencials inversors nacionals i estrangers per obtenir feedback i estar ben preparats per engegar una ronda de finançament el 2011.

Parc de Belloch, ctra. C-251, km 5,6
08430 La Roca del Vallès (Barcelona)
+34 93 405 46 52

Més informació:
www.urbiotica.com

16 VELMUS IDI

Vehicles Elèctrics Lleugers
Mobilitat Urbana Sostenible

COL·LABORADORS

ESADECREAPOLIS

RESUM

Desenvolupament i fabricació de producte propi: escúter elèctric de tres rodes. Fàcil conducció i accessibilitat. *Carshare low-cost* interactiu. Fase pilot a Sant Cugat. Clients: ESADE, Ajuntament, empreses locals, clients de publicitat. Primer any sense beneficis. Equilibri des de l'any. Finançament públic i privat. SL del 17/07/2009, autònom des de l'1/10/2007. Investigacions de 20 anys.



EQUIP

Emprenedor amb 25 anys d'experiència en indústria, serveis, sectors públic i privat. Disseny, enginyeria, automoció, consultoria, ITS i telefonia. Assessors d'alt nivell executiu, logístic, empenedoria. Inserir en el pol d'innovació ESADECREAPOLIS.

PERSONA DE CONTACTE

Florencio G. Cuervo Prieto
velmus@velmus.net

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Projecte complex que requereix inversió per assolir un break-even amb un producte de qualitat i desenvolupament TIC per fer interessant la interfície d'usuari i incorporar màrqueting en xarxes socials i expansió per franquícies.

COMPETÈNCIA

Carshare Mu de PSA ofereix motocicletes o cotxes. / Pilots *Carsharing* amb motos en altres ciutats. / Escúters de tres rodes d'origen indi.

LA TEVA SOLUCIÓ

Única proposta integral amb producte propi desenvolupat per al sistema. Interfícies personalitzables. Ciclomotor d'ús mixt amb canvi ràpid de carrosseria i bateries.

MODEL DE NEGOCI

Low-cost atractiu, ingressos per publicitat d'alt impacte, ús intensiu del capital.

PLA DE MÀRQUETING

Activació de mercat latent de promoció pública, ajuntaments, campus o empreses. Innovació. Expansió viral per xarxes socials i franquícies. Fabricació per a serveis.

FINANCES

Inversió 4 a 5 M€, durant 2011, per a: a) millorar i industrialitzar l'escúter; b) desenvolupar servei i franquiciat, TIC, disseny i contractes. Invertits 400 k€ en pla pilot 2010. *Cash flow* a finals de 2011. Reinvertits en negoci i recompra de participacions i deute.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	100	300	7.500
EBITDA	0	10	100	4.500
Nec. Finanç	0	400	5.000	0

Dades en milers d'euros.

(Hipòtesi d'inversió només el primer any; si es manté, creixement exponencial)

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Sense invertir més que cada 5 anys per renovar la flota mantenint el volum poden sortir els capitals el 2013 o 2014 amb una TIR del 20% anual estabilitzada a 5 anys.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Deixar passar el temps sense invertir i perdre el fet de ser els primers del mercat.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

RRHH, assessors legals, *partners* per a publicitat dinàmica.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

El primer prototip va guanyar premis i va ser exposat en salons específics, presèrie homologat i una flota pilot de *carsharing* en marxa amb crèdit.

Aquesta és la primera ronda per convocar inversors.

Av. Torreblanca 57, Of. B14
ESADECREAPOLIS
08172 Sant Cugat del Vallès
628 28 61 82

Més informació:
velmus.net

17

ZERO2INFINITY

Purveyors of Elevating Experiences



RESUM

zero2infinity és una companyia aeroespacial amb una clara visió mediambiental. El seu vehicle, bloom, ha estat pensat per proporcionar als seus passatgers tots els beneficis dels vols espacials, sense cap dels seus inconvenients ni perills, en una cabina que ofereix privacitat en un ambient relaxat, acollidor i sense cap exigència física, ampliant així els clients potencials. Creada en 2009, zero2infinity es troba en fase de disseny de bloom.



EQUIP

José Mariano López, fundador i CEO, MBA i màster en Aeroespai per MIT. Consultors: Josep Maria Lladó, CEO Ultramagic; Jacinto García Palacios, vicepresident EADS; Pi-erre Dedieu, expert operacions al CNES; César Pérez de Tudela, alpinista, explorador.

PERSONA DE CONTACTE

José Mariano López Urdiales
jmlu@inbloom.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

L'ésser humà sempre ha desitjat veure el món desde les alçades, arribant més enllà de l'atmosfera per poder observar la Terra sota seu. És un sector amb una demanda limitada per la manca d'oferta o per una oferta que requereix unes condicions molt exigents.

COMPETÈNCIA

Operadors de vols suborbitals basats en tecnologia coet (Virgin Galactic, Xcor, Blue Origin), que ofereixen més alçada, però pitjors vistes i condicions físiques més exigents.

LA TEVA SOLUCIÓ

Vols mediambientalment nets amb globus d'heli que permeten oferir 2 h de vistes de la Terra a 36 km, tot en un ambient relaxat i còmode, incrementant així els clients potencials.

MODEL DE NEGOCI

Oferir viatges *near-space* a turistes a canvi de la compra d'un tiquet/bitllet.

PLA DE MÀRQUETING

Creació d'una xarxa internacional d'agències de viatges exclusius, ja contactades, que disposin d'una llista de clients potencials a qui vendre el producte a canvi d'incentius.

FINANCES

El projecte necessita 2 M€ en el pròxim any destinats a màrqueting i al disseny i construcció del primer bloom encarregat de fer el primer vol tripulat el 2011. Es passarà després a l'inici de la certificació i posada en marxa de l'activitat, que es completarà amb 12 M€ a partir de 2012. Hi ha una inversió de 400 k€ de l'emprenedor i d'un soci industrial.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	49	207	361
EBITDA	0	(501)	(2.127)	(2.705)
Nec. Finanç	0		2.000	12.000

Dades en milers d'euros.

*Resultats negatius, atès que es desenvolupa la I+D+i inicial

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Existeixen dues opcions, o bé una IPO o bé la venda a una empresa del sector aeroespacial. El ROI esperat per la inversió de 2 M és de prop de 10 venent el 2015, 1 any després del 1r vol.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

La branca a millorar en l'actualitat és el màrqueting, donar a conèixer el producte i el seus avantatges als clients potencials. L'equip de consultors és molt complet, però falta algú encarregat del màrqueting de l'empresa, d'unir la seva imatge amb la de l'empresa i inspirar així més confiança a clients, inversors i partners.

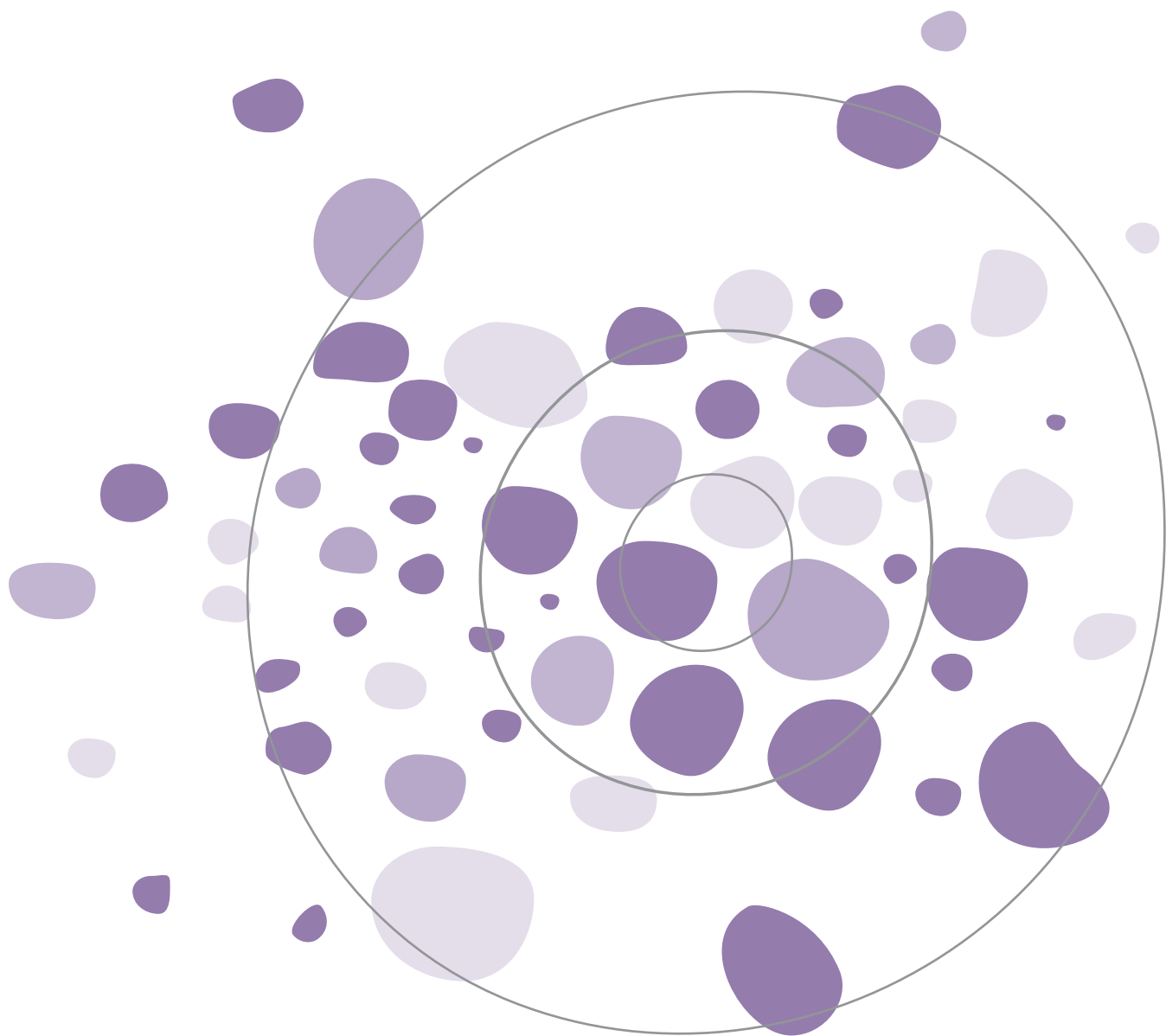
Doctor Ferran 26
08034 Barcelona
645 152 872

Més informació:
www.inbloom.com

TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ

CATÀLEG DE PROJECTES

Octubre 2010



1

3SCALE NETWORKS

Llançeu, gestioneu i feu créixer el vostre negoci API amb la solució de gestió d'API de 3scale



RESUM

3scale ajuda les empreses basades en Internet a llançar, controlar i fer créixer la distribució dels seus serveis/continguts digitals per mitjà dels seus serveis web o API de forma segura, flexible i rendible. El nostre producte té clients destacats com Skype, Wine.com, ContextVoice.com, JustGiving.com, Deepdyve.com o ScribeSEO.com, entre d'altres més de 25. Ingressos del 2010: més de 90.000 euros, captació de la companyia: 182.000 euros - F&F + finançament inversors providencials, 500.000 euros – Finançament capital risc + subvencions públiques.



EQUIP

Steven Willmott (cofundador i responsable tecnològic) 10 anys d'experiència tècnica en serveis web, web semàntic, tecnologia de xarxa i gestió d'equips R+ D de gran escala internacionals. Guillaume Balas (VP de vendes i màrqueting), anteriorment ha estat consultor d'estratègia sènior amb Oliver Wyman; és enginyer industrial i MBA per ESADE Business School.

PERSONA DE CONTACTE

Marta Czycz
marta@3scale.net

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les empreses basades en Internet volen augmentar l'abast dels clients i necessiten estratègies eficaces de penetració en el mercat i de creixement per a AP. De tota manera, la realitat és: manca de solucions de gestió API i eficients preparades per ser utilitzades; sovint les empreses paguen massa per API i sistemes de gestió d'API; el desenvolupament és complex i lent.

COMPETÈNCIA

La principal competència actual/potencial és Mashery, Sonoa, Apigee.

LA TEVA SOLUCIÓ

Actualment 3scale ofereix 2 opcions de subscripció als seus clients: autoservei, inscripció totalment automatitzada per a plans estàndard fàcils d'integrar i ràpids de desplegar o solució d'empresa a demanda: solucions a mida per cobrir bàsicament qualsevol necessitat o requisit específic.

MODEL DE NEGOCI

Avantatge competitiu: solució autoservei SaaS molt escalable i rendible gràcies a la seva arquitectura sense proxy.

PLA DE MÀRQUETING

Màrqueting i publicitat en línia per a la solució autoservei. Trucades fredes i cerca activa de clients per a la solució empresarial.

RECURSOS FINANCERS

Durant els propers 3 anys, l'empresa necessitarà 400.000 euros, 200.00 dels quals durant el 2010. En el passat la companyia ha obtingut: 182.000 euros - F&F + finançament inversors providencials 500,000 euros – Finançament capital risc + subvencions públiques.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	4.5	730	3.500	9.800
EBITDA	-60	-260	140	1.500
Nec. Finanç		200	200	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I BENEFICIS ESPERATS

Els inversors poden esperar un benefici del 4% per la seva inversió el 2011, i un benefici del 18% el 2012; suggerim que l'estratègia de sortida sigui venda privada per efectiu, deute i/o participacions a l'equip directiu.

Què heu fet fins ara per obtenir els diners que necessiteu? Per què penseu que encara no els teniu?

Durant els darrers 3 anys l'empresa ha obtingut més de 700.000 euros: 26.000 euros - inversió personal dels fundadors, 182.000 euros - F&F + finançament inversors providencials i 500.000 euros – finançament capital risc i subvencions públiques. L'empresa treballa constantment per millorar els seus productes i, per tal de poder fer-ho, necessita un equip altament qualificat. Per això ens calen 400.000 euros més.

Llacuna, 162
08018 Barcelona
+34 93 309 27 86

Més informació:
www.3scale.net

2 AGILE CONTENTS

Especialistes en tecnologies per a comunicació digital

RESUM

Som un grup empresarial que ha desenvolupat un sistema editorial multimèdia propi i plataformes de vídeo en línia, entre d'altres productes que avui són líders en el mercat espanyol. La tecnologia d'Agile Contents permet crear canals de comunicació digital eficaços per informar, comunicar, col·laborar i transmetre coneixement. Clients: 4 dels 'top 5' cadenes de televisió, 2 dels 'top 5' editorials, 3r banc, i 2 de les 'top 5' universitats.



EQUIP

Un equip de 40 professionals a Barcelona i Madrid, amb una xarxa de col·laboradors habituals especialitzats, a Espanya i Llatinoamèrica. Professionals amb més de 15 anys d'experiència en mitjans digitals i tecnologies de comunicació.

PERSONA DE CONTACTE

Mónica Rayo Moragón
info@agilecontents.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els avenços tecnològics estan produint un canvi radical en la relació entre la indústria de mitjans i les marques i entre les grans empreses i els seus grups d'interès i la seva relació amb l'usuari-consumidor.

COMPETÈNCIA

Competim en dos mercats de gran creixement: Enterprise Content Management – 3,9 bilions \$ – Creixement 10-15%; Online Video Publishing – 1,5 bilions \$ – > 25%.

LA TEVA SOLUCIÓ

La tecnologia d'Agile permet crear canals de comunicació digital eficaços per informar, comunicar, col·laborar i transmetre coneixement. L'excel·lent adequació del producte a les necessitats existents ens ha permès la major presència en grups de mitjans espanyols.

MODEL DE NEGOCI

Venta de llicències i *upgrades*, plataforma SaaS lloguer mensual i serveis professionals.

PLA DE MÀRQUETING

Llançament d'un nou programa de partners per formar, certificar i donar suport al canal. Pla d'expansió internacional per assolir una xifra de negoci de 20 M€ en 5 anys. L'estratègia d'expansió preveu la consolidació del negoci a Espanya i l'extensió del model a l'Amèrica Llatina, UE i Estats Units.

FINANCES

Hem tancat una recent ronda de finançament de 4 M€ per abordar el pla de creixement i expansió. Busquem una segona ronda per accelerar el creixement, aprofitar l'oportunitat i ser un dels líders del mercat internacional.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	1.281	2.438	4.025	8.520
EBITDA	105	343	+916	2.957
Nec. Finanç	0	0	200	970

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Oportunitat de compra per algun dels següents potencials compradors: Pure Players d'Internet (Google; Yahoo; Microsoft); grans empreses de tecnologia (IBM, Oracle); proveïdors de telecomunicacions (Orange, Telefónica); empreses de capital risc / fons d'inversió.

Quin és el risc més important del seu projecte?

La gestió correcta del creixement.

Rambla de Catalunya 33, 3r 1a
08007 Barcelona
+34 93 802 38 00

Més informació:
www.agilecontents.com

3

BCN TOUCH

Ajuda les marques a detectar falsificacions i comunicar-se amb els seus clients només tocant objectes amb el mòbil



RESUM

BCNTouch (gener 2010) proporciona serveis web-mòbil a les marques d'alt valor basats en tecnologia NFC. Els productes s'identifiquen amb etiquetes úniques que poden ser llegides amb un mòbil per intercanviar informació en temps real de forma fàcil i segura. Això permet a les marques controlar els seus productes a la cadena de subministrament i obre noves formes de comunicació amb els clients. Fase prototip.



EQUIP

Els fundadors (Andrew Mackenzie i Gloria Lozano) sumem 40 anys d'experiència en empreses tecnològiques (HP, Philips) en les àrees d'innovació i R+D (Andrew) i processos, màrqueting i vendes (Gloria).

PERSONA DE CONTACTE

Gloria Lozano
gloria.lozano@bcntouch.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les falsificacions són cada vegada millors i més difícils de detectar per les marques. Aquestes falsificacions fan perdre la imatge d'exclusivitat de la marca i la confiança dels seus clients.

COMPETÈNCIA

Tecnologies com codis de barres, RFID i hologrames s'usen per detectar falsificacions i establir relacions amb els clients, normalment per separat.

LA TEVA SOLUCIÓ

El nostre avantatge competitiu és ser pioners en la tecnologia NFC, que aporta seguretat i interactivitat. És important per a nosaltres créixer ràpidament per augmentar barreres d'entrada.

MODEL DE NEGOCI

Venda d'aplicacions, subscripció a serveis (quota fixa + variable per volum de dades).

PLA DE MÀRQUETING

Tres línies de producte: 2 de desenvolupament propi i 1 importada de Suècia i distribuïda en exclusiva. Fites: 1 client inclou la nostra solució per concurs públic. Prospeccions positives.

FINANCES

Necessitat de cash 2010-2012: 2,5 M€, 250.000 aportats pels socis (instal·lació i R+D), 500.000 € per finançament extern (2011, creació equip de vendes, creixement R+D). Vendes: 1.750.000 euros, que finançaran estructura i operació del negoci. La necessitat financera que es mostra a continuació inclou vendes (és purament tresoreria).

	2010	2011	2012	2013
Facturació	125	383	1.400	3.200
EBITDA	-39	-116	192	478
Nec. Finanç	150	332	150	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Estimem una sortida rendible el 2015 (IRR=146%) per venture capital per emprendre una segona fase de creixement donada per l'extensió massiva de NFC.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc més important del projecte és el tecnològic, que ve per un doble vessant:

1. Adopció de la tecnologia NFC: encara que sembla que serà massivament suportada, els agents de l'ecosistema no es posen d'acord en els models de negoci. Això pot fer aparèixer alternatives i deixar NFC en desús.
2. No créixer suficientment ràpid per elevar les barreres d'entrada.

Llacuna 162, mòdul 210
08018 Barcelona
608 593 652

Més informació:
www.bcntouch.com

4 BCNINNOVA

El nostre objectiu és el desenvolupament, fabricació i comercialització de dispositius de suport al diagnòstic per a oftalmologia

RESUM

BcnInnova es va constituir el febrer del 2008. Des d'aleshores hem desenvolupat un revolucionari sistema de mesura de l'estrabisme. Actualment estem situats al parc de recerca de la UAB i la previsió és acabar el producte final el mes de setembre. A partir d'aquell moment passarem a treballar per obtenir el marcatge CE, a construir la nostra xarxa internacional de distribuïdors i a desenvolupar les noves funcionalitats.



EQUIP

Joan Prat: actual director d'Oftalmologia de l'Hospital de Sant Joan de Déu. Fundador de la Societat Catalana d'Oftalmologia. Ponent habitual de congressos internacionals.
Oriol Prat: expert de creació i desenvolupament empresarial. Experiència en gestió de projectes, serveis i qualitat.

PERSONA DE CONTACTE

Oriol Prat
oriol.prat@bcninnova.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els actuals sistemes de suport al diagnòstic en oftalmologia estan obsolets. Hem detectat un important nínxol de mercat en el desenvolupament de productes substitutius basats en tecnologia de visió artificial.

COMPETÈNCIA

Actualment no hi ha competència. Estan apareixent projectes semblants (un a França i un a Alemanya) però la nostra tecnologia és millor i més útil. A més tenim patent internacional.

LA TEVA SOLUCIÓ

La tecnologia patentada consisteix en un casc amb un sistema solidari de projecció i un sistema de visió artificial. Amb això aconseguim mesures impossibles actualment i unes dades de gran valor per al facultatiu.

MODEL DE NEGOCI

Venda d'unitats a distribuïdor. Suport tècnic.

PLA DE MÀRQUETING

S'avalua un mercat mundial d'uns 100 M€ l'any. La nostra quota de vendes l'hem fixada en el 30% de les unitats (a vendre en 28 països) (6.000 unitats en 1' anys) i una facturació en 10 anys de 200 M€.

FINANCES

Actualment l'empresa es nodreix del capital inicial aportat pels emprenedors, l'ajuda GENESI i el préstec NEBT (140.000 €). Els propers 3 anys esperem fer dues rondes de finançament. Una d'inicial i petita d'uns 300.000 € i al cap de tres anys consolidar l'actiu de l'empresa al voltant d'1,5 M€ (entre aportacions i beneficis interioritzats com reserves).

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	0	100	3.000
EBITDA	-	-	10%	30%
Nec. Finanç	-	-	300	-

Dades en milers d'euros.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Obrir un mercat és complicat. Segur que serà difícil aconseguir les primeres vendes. Esperem que un cop els metges detectin els beneficis del dispositiu entraran massivament al nou paradigma i Digmo es convertirà en un estàndard. Per altra banda, el mercat s'haurà de treballar molt intensament i la nostra dedicació a temes comercials haurà de ser molt gran.

Barcelona
619 525 610

Més informació:
www.bcninnova.com

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Venda de les participacions en una ronda posterior, venda a una multinacional...

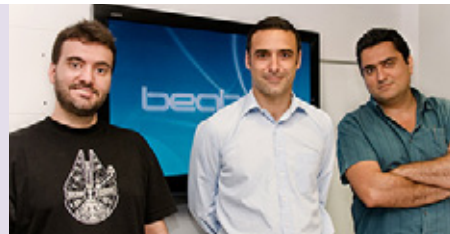
5 BEABLOO

Comunicació interactiva *low-cost* per a comerços i espais públics



RESUM

Beabloo, fundada el juny de 2008, ha desenvolupat un *software* de comunicació als comerços que permet donar vida a les pantalles digitals per atraure els clients, connectar amb els seus mòbils i trobar-los a Internet en una experiència interactiva. Més de 200 clients i 400 pantalles actives obertes als grans anunciants. Amb un capital de 500.000 € i ajudes públiques per valor de 275.000, Beabloo comença el procés d'internacionalització.



EQUIP

Jaume Portell (CEO) ex-CTO d'eDreams, on va estar fins al LBO i que en va marxar per fundar Beabloo. Nadim Ghanem ha estat GM d'empreses de Ghanem Group i fundador de dues startups al Líban. Óscar Herrera, exdirector d'Operacions Web a eDreams.

PERSONA DE CONTACTE

Jaume Portell
jaume@beabloo.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els comerços d'arreu del món estan d'acord que per competir millor han de fer més publicitat i generar nous fluxos d'ingressos. Alhora, els grans anunciants estan molt interessats a arribar al punt de venda, on es pren el 70% de les decisions de compra.

COMPETÈNCIA

Beabloo competeix amb empreses de Digital Signage com SignageLive, MediaSignage o BroadSign. En l'àmbit de venda de publicitat outdoor, amb JCDecaux o Impactmedia.

LA TEVA SOLUCIÓ

Creem una solució de comunicació per als punts de venda de molt baix cost o fins i tot gratuïta, oberta a publicitat de proveïdors i no competitiva, que genera ingressos.

MODEL DE NEGOCI

Lloguem el servei de *software* i rebem una comissió de la publicitat.

PLA DE MÀRQUETING

Les vendes dels primers 12 mesos han estat de 234k€. Beabloo franquicia la seva tecnologia i marca arreu del món i es desplega gratuïtament al món amb freebloo.com.

FINANCES

Beabloo necessita 500 k el 2010 i 1 M el 2011 per finançar desenvolupaments I+D, per llançar el programa de franquícia internacionalment i llançar freebloo.com arreu del món com a eina viral de desplegament. Els socis actuals hem posat 400 k€ en capital social i hem garantit préstecs per valor de 180 k€. Hem rebut ja 300 k€ en ajudes públiques.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	211	556	1.308	7.775
EBITDA	-69	-18	-13	1.744
Nec. Finanç	300	500	1.000	-

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Els milers de suports publicitaris integrats als punts de venda globalment i la tecnologia de Beabloo interessa als grans operadors publicitaris i als Venture Capital. ROI: 40%.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Beabloo ha desenvolupat un producte innovador, d'alta acceptació per part dels clients (el 94% recomanaria Beabloo) i un model de negoci que satisfà clients i distribuïdors. Amb freebloo.com, a més a més, Beabloo esdevé una solució de desplegament viral a Internet que permet obrir mercat arreu del món de forma instantània. El repte ara és aprofitar aquests actius amb la millor campanya de comunicació, publicitat i màrqueting, i per això a Beabloo ens cal trobar els millors professionals en aquest àmbit. Amb ells aprofitarem la finestra d'oportunitat i serem la solució de comunicació dels comerços arreu del món.

Llacuna, 162
08018 Barcelona
669 48 15 77

Més informació:
www.beabloo.com

6 CHIVATO.NET

La gran solució integradora de tecnologia. La millor eina per al manteniment predictiu d'instal·lacions complexes.



RESUM

És un servei que unifica els actuals avenços en l'enginyeria, la informàtica i les telecomunicacions. Interfície entre el professional i la telemetria, la domòtica, la robòtica i el control a distància. Totalment desenvolupat i testejat i funcionant en diverses instal·lacions. Projecte iniciat el 2008, avalat personalment, i finançat per ICF i Plan Avanza. Actualment en fase de difusió i comercialització. I a la recerca de capital.



EQUIP

Joan Saborit ha estat director TIC de diverses multinacionals. Formació: Ciències Físiques, Administració UNIX, Administració i Direcció d'Empreses. Promotor. Kilian Torrens: Enginyer tècnic informàtic. Cap tècnic de firma capdavantera d'antivirus.

PERSONA DE CONTACTE

Joan Saborit Vallespi
tecnico@chivato.net

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Eficiència, eficàcia i estalvi. Amb chivato.net es poden seguir, vigilar, supervisar, actuar i rendibilitzar les tècniques de manteniment, passant dels models actuari i preventiu al model predictiu. Chivato.net detecta anomalies abans que es converteixin en avaries.

COMPETÈNCIA

No hi ha cap producte tan complet en el mercat. Només hi ha solucions parcials dels fabricants, i solament per a renovables.

LA TEVA SOLUCIÓ

Plug & Play. Ni software, ni plaques, ni programes, ni drivers. Millor servei per a més clients, amb molt menys cost. Servei pay x view. Sense necessitat de personal qualificat.

MODEL DE NEGOCI

Vendes d'instal·lacions i servei mensual de telemetries. Negoci sense impagats.

PLA DE MÀRQUETING

Presentació a fires. Jornades tècniques. Publicacions i revistes especialitzades. Premsa com a novetat tecnològica. Presentació directa a les enginyeries més importants.

FINANCES

Necessitem 750 M€ a l'inici (30 M per al local, 90 M per a equipaments, 230 M per a personal, 200 M per a màrqueting i 200 M per constituir fiances). Per atendre els tres primers anys, l'emprenedor ha invertit 380 M€ (300 M de fons propis, 60 M amb crèdit ICF i 20 M amb crèdit PlanAvanza).

	2009	2010	2011	2012
Facturació	80,0	154,5	577,2	1.767,0
EBITDA	17,7	-142,0	-31,7	508,7
Nec. Finanç	19,7	750,0	0,0	0,0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Sortida per venda participació a l'emprenedor o a tercers. O permanència. Punt mort < 20 mesos. Payback < 40 mesos. ROI esperat: 166,5%.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

El producte està totalment desenvolupat i testejat. Hi ha instal·lacions funcionant. Hem de millorar el màrqueting i la comunicació. Necessitem una labor prèvia de difusió de les noves possibilitats de treballar que oferim.

Hem de mostrar al mercat que existeix una nova solució que permet replantejar la forma d'actuar d'enginyeries i empreses de manteniment.

Gebre 47
08410 Vilanova del Vallès (Barcelona)
+34 93 845 63 90

Més informació:
www.chivato.net

7 EDENIC GAMES

Edenic Games és una companyia de jocs *on-line* amb 60.000 usuaris registrats i uns 3.400 € d'ingressos/mes



RESUM

Edenic Games es dedica al desenvolupament i posada en marxa de jocs *on-line* massius, que permeten a milers de persones jugar de forma simultània a través d'Internet. Els jocs estan desenvolupats tant per ser jugats en xarxes socials com per ser jugats en navegador. El 2009 Edenic Games va facturar 16.324 € i disposa d'una plantilla de 4 empleats.



EQUIP

Xavi Xicota: COO de Telvent Global Services. Té experiència com a emprenedor. David Xicota: Antic cap de projecte a Atos Origin i assessor tecnològic a Fiabee. Albert Xaubet: Antic arquitecte web a Atos Origin i cap de projecte a OpenTrends.

PERSONA DE CONTACTE

Albert Xaubet

alberto.xaubet@edenicgames.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Edenic Games es dirigeix tant a joves com a adults, usuaris de xarxes socials i gent apassionada pel món dels videojocs. Existeix una necessitat major de varietat de jocs, per a un públic especialment atractiu.

COMPETÈNCIA

La competència d'Edenic games són plataformes de jocs *on-line* MMO i empreses que desenvolupen jocs per a Facebook (Frogster, Zynga, Bigpoint...).

LA TEVA SOLUCIÓ

Edenic ofereix el gamertag, plataforma *on-line* per jugar a videojocs amb milers de persones tant *social games* como *browser games*, similar a la plataforma XBOX Live.

MODEL DE NEGOCI

Edenic Games guanyarà diners per venda de béns virtuals, subscripcions i publicitat.

PLA DE MÀRQUETING

Edenic Games incrementarà fins al 40% de la facturació el pressupost per desenvolupar un pla combinat de Social Media, SEO i SEM.

FINANCES

1,3 M€ obtinguts en dos terminis destinats a la posada en marxa d'un ambiciós pla de creixement i expansió internacional. Els diners aportats provenen dels fundadors (75.000 €) i d'un Business Angel (165.000 €). L'empresa Edenic Games farà breakeven l'any 2013 amb unes vendes per valor de 3 M€.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	16	43	184	714
EBITDA	(95)	(147)	(387)	(556)
Nec. Finanç	0	300	0	1.000

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

IPO, venda a competidor, venda a multinacional dels videojocs, venda a companyia de mitjans *on-line*.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

L'àrea de màrqueting de la companyia s'ha de potenciar molt més. Fins al moment actual Edenic ha destinat una part molt petita del pressupost a aquest concepte. Volem construir un equip de màrqueting potent i que tingui recursos per executar el pla de màrqueting. Edenic vol convergir amb les empreses del sector que destinen quantitats de diners molt importants a aquest concepte.

Pelai 1

08001 Barcelona

+34 93 185 37 70

Més informació:

www.edenicgames.com

8 EYEOS

Escriptori web. Programari Lliure. *Cloud Computing*



RESUM

eyeOS és un sistema operatiu de programari lliure. Té 51 comunitats oficials arreu del món amb 16.500 desenvolupadors distribuïts pels diversos fòrums eyeOS. Més de 700.000 descàrregues. El mes de maig passat es va llançar la nova versió 2.0. El projecte eyeOS va començar el 2005 amb un grup de joves. El març del 2006 es va obrir el servidor eyeOS.info, que va aconseguir més de 600.000 usuaris.



EQUIP

Pol Watine: CEO i exfundador d'Easynet. Marc Cercós i Pau Garcia-Milà: fundadors. Jordi Collell: cap de comunicació. José Carlos Norte: CTO. Gerard Muñoz: cap de projectes.

PERSONA DE CONTACTE

Pau Garcia-Milà Pujol
pau@eyeos.org

PROBLEMA/OPORTUNITAT

eyeOS, com a projecte *Cloud Computing*, et permet accedir als teus arxius des de qual-sevol dispositiu del món. És un escriptori web que només necessita un navegador per accedir als documents i aplicacions. eyeOS permet fer-ho de forma segura i privada, fàcilment i a un cost molt reduït i el més important, tenint les dades sota control.

COMPETÈNCIA

SAAS: GMail, Google Docs, Amazon S3 / PAAS: Google App Engine, Amazon SimpleDB / IAAS: Amazon EC2, Azure de Microsoft.

LA TEVA SOLUCIÓ

eyeOS és programari lliure, i per tant, l'usuari i el client poden escollir on instal·lar la solució. Això permet tenir el control sobre les dades.

MODEL DE NEGOCI

Venda de serveis al voltant de la plataforma: suport, manteniment, programació, formació. En el futur: venda a *partners* de solucions verticalitzades.

PLA DE MÀRQUETING

Aprofitant el fet que eyeOS és open source, arribar al màxim nombre de persones mitjançant màrqueting indirecte a les comunitats d'eyeOS.

FINANCES

En els últims tres anys l'empresa s'ha mantingut al voltant de les vendes generades i no ha tingut cap ampliació de capital. Per tant, el cash reflecteix aquesta situació: hi ha una dependència de línies de crèdit del Banc Sabadell i de La Caixa.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	350,5	600	1.100	1.500
EBITDA	80	90	110	130
Nec. Finanç	0	1.000	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Depenent de si és un inversor privat o un partner estratègic es dibuixarà un pla de ROI orientat a la seva voluntat (un èxit planejat o un retorn a través de les vendes generades a partir del partnership establert).

Quin és el risc més important del seu projecte?

La competència que pot sorgir de grans empreses.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

El traspàs d'empresa de serveis cap al client final a empresa que ofereix serveis al partner.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

A pesar de l'oferta d'alguns fons d'inversió, no hem cregut fins ara que fos el moment oportú d'acceptar nous socis.

Plaça Universitat 5, 4t 3a
08007 Barcelona
+34 93 181 30 39

Més informació:
www.eyeos.org

9 GLOBALBOARDING

Neix com la xarxa social dels 60 milions d'amants dels esports d'acció



RESUM

Globalboarding és una xarxa social d'esports de lliscament (*surf, skate i snowboard*) que incorpora una plataforma de vídeo, la qual inclou vídeos promocionals de les empreses del sector, dels usuaris particulars i de producció pròpia. Actualment estem en una xarxa amb la versió beta i ho tindrem llest amb totes les eines a l'octubre. Tenim preacords amb les empreses Redbull, Quiksilver, Pukas, Nike i Volcom.



EQUIP

Patxi Pardiñas (director de la revista de *skate Dogway*, de la galeria d'art *Apetit* i de la guia de esports de *skate*) com a director del projecte. Javier Carvia com a director comercial. Isio Moya com a director de continguts de *surf*. Lee Smith, director de continguts de *skate*.

PERSONA DE CONTACTE

Patxi Pardiñas
patxipardinas@hotmail.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els nostres clients són 800 empreses de surf, skate i snow i les 70.000 tendes que es dediquen a la venda d'aquests productes. Les companyies necessiten un lloc on poder informar els seus clients de les seves notícies i les tendes necessiten crear un perfil específic i gratuït dins de la xarxa social del seu sector.

COMPETÈNCIA

Hi ha plataformes de vídeo d'esports extrems que es dediquen exclusivament a seleccionar el contingut creat per les companyies redireccionant els usuaris a aquestes pàgines. Algunes permeten als usuaris crear un perfil senzill.

LA TEVA SOLUCIÓ

Una plataforma complexa que permet a les companyies i a les tendes crear els seus propis perfils on publicar el seu propi material directament. La nostra xarxa de col·laboradors permet tenir material exclusiu per tot el món.

MODEL DE NEGOCI

Els nostres ingressos vénen íntegrament de la publicitat: bàners, anuncis autogestionats (model Facebook) i promoció d'esdeveniments de les companyies entre els usuaris.

PLA DE MÀRQUETING

Amb la retransmissió de campionats en exclusiva i el contingut de les companyies en exclusiva com el nostre contingut crearà una xarxa extensa de usuaris que farà que augmenti la publicitat.

FINANCES

150.000 € invertits fins ara. Primer any, 250.000 € per a personal informàtic, departament comercial i màrqueting (Llatinoamèrica i Europa). Segon i tercer any, 1,5 M€ per a màrqueting i gestió comercial per a la implantació al mercat nord-americà i consolidació al mercat europeu i llatinoamericà.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	4,5	90	1.973	8.125
EBITDA	-225	-752	-673	5.289
Nec. Finanç	250	800	700	

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

El retorn de la inversió serà a 4 anys. Les previsions per a aquesta data són d'uns beneficis de 3.637.000 €. Per a aquest moment estimem 11 milions d'usuaris i un valor d'empresa de 25 milions d'euros.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Per aconseguir els diners ens hem posat en contacte amb empreses de capital risc. Aquestes empreses no han volgut entrar perquè el projecte encara estava en estat «llavor» i demanaven que el projecte estigués acabat amb uns resultats mínims.

Girona 85, principal
08009 Barcelona
635 71 98 44

Més informació:
www.globalskateboarding.tv

10

HERTA SECURITY

Building Your Biometric Solutions



COL-LABORADORS



RESUM

Herta Security és una spin-off de la UPC fundada l'octubre de 2009. Està dedicada a la R+D+i en l'àmbit de la seguretat i més concretament al desenvolupament de tecnologies biomètriques. L'objectiu és oferir eines *software* als integradors (Thales, Amper, Indra, IECl, Telvent...). L'empresa ja disposa de les primeres versions operatives de productes de reconeixement de veu, cara i iris.



EQUIP

L'equip (CEO+CIO) està format per dos doctors UPC, amb experiència conjunta de més de 25 anys en la R+D de tecnologies biomètriques i també en la gestió empresarial. L'altre membre és el director comercial, ubicat a Madrid, amb 25 anys a les TIC.

PERSONA DE CONTACTE

Javier Rodríguez Saeta

javier.rodriguez@hertasecurity.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els integradors no són capaços de portar al mercat i per tant satisfer les necessitats dels clients finals (AENA, RENFE, etc.) perquè no tenen especialistes en tecnologia biomètrica. No disposen d'eines *software* elaborades. És aquí on entra Herta Security.

COMPETÈNCIA

Es poden trobar diferents controls d'accés biomètrics, especialment a les multinacionals com Sagem Sécurité (França) o L1 (EUA). A Espanya no hi ha gairebé competència.

LA TEVA SOLUCIÓ

Eines *software* de tecnologia biomètrica, que treballen sobre una base tecnològica preexistent i que faciliten la tasca dels integradors o incorporen noves prestacions i funcionalitats.

MODEL DE NEGOCI

Venda de *software* de seguretat i projectes clau per a integradors.

PLA DE MÀRQUETING

És clau donar a conèixer el producte a tots els integradors (fires i revistes sectorials) i identificar i establir acords per sectors amb aquells que estiguin més ben posicionats.

FINANCES

De cara als propers tres anys es necessiten 695.000 €, que es destinaran fonamentalment a personal. El primer any en serien necessaris 555.000, i el segon any 140.000 més. Fins ara s'han posat al negoci 124.000 €, dels quals 43.000 provenen de l'equip emprenedor. La resta, d'amics i familiars. Es farà una nova ampliació de capital el juliol de 2010.

	2009	2010	2011	2012
Facturació		90	500	946
EBITDA		-63	280	616
Nec. Finanç		555	140	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

El tercer any està prevista la internacionalització i que l'inversor surti, amb una TIR del 40%, amb l'entrada d'un capital risc per portar a terme aquest procés.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Hem parlat amb diversos inversors, però a la majoria els costa veure el potencial tecnològic, i tampoc no són experts en el sector. També és cert que fins ara ens hem centrat molt en el desenvolupament tecnològic i en la part comercial i de màrqueting per tal de donar un valor inicial a l'empresa. Hem demanat crèdits tous a ACCIÓ i al CDTI i estem a l'espera de rebre els resultats

Provença 238, 5r 3a
08008 Barcelona
679 59 78 12

Més informació:
www.hertasecurity.com

11

IGRID T&D

Smart Solutions for Smart Grids



COL·LABORADORS



RESUM

iGrid T&D desenvolupa solucions *software* i *hardware* per visualitzar i captar dades de xarxes energètiques (Smart Grids), centrant l'esforç comercial en les empreses distribuïdores d'energia elèctrica.

- HMI61850: *software* SCADA per al control de subestacions elèctriques.
- iRTU: equip multifunció de captació de dades en instal·lacions energètiques.

EQUIP

Els tres promotors treballem fa més de 10 anys en el sector del control elèctric, on hem fet funcions que van des del desenvolupament a la gerència.

PERSONA DE CONTACTE

Ferran Bohigas i Daranas
 ferran.bohigas@igrid-td.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les companyies de distribució elèctrica necessiten monitorar i controlar de forma remota la seva xarxa elèctrica per minimitzar el nombre d'apagades, així com integrar les energies renovables i noves tecnologies, com els cotxes elèctrics.

COMPETÈNCIA

Les grans multinacionals tipus GE, ABB, Siemens i Schneider ofereixen solucions tanca-des, que intenten fugir dels estàndards internacionals per capturar els clients.

LA TEVA SOLUCIÓ

Productes oberts als estàndards internacionals que integren comunicacions IP (GPRS...), alhora que tenen gran facilitat de configuració i adaptació a les necessitats del client.

MODEL DE NEGOCI

iGrid T&D dissenya i ven equips per al control remot de la xarxa elèctrica.

PLA DE MÀRQUETING

Contractes de distribució amb empreses locals, coneixedores de les companyies elèctriques del país. Assistència a fires i fòrums especialitzats per parlar amb els usuaris.

FINANCES

Les necessitats de capital són de 450.000 €, dels quals 100.000 seran aportats pels promotors i generats internament durant el primer any. S'està a l'espera de 200.000 € de crèdit públic, i es busquen 150.000 € de finançament privat. Aquest capital es destinarà bàsicament als salaris, proves d'homologació i promoció comercial.

	2009	2010	2011	2012
Facturació		193	480	1.836
EBITDA		33	0	470
Nec. Finanç		150		

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Busquem un inversor amb sortida d'aquí a 5 anys, que és un temps de maduració raonable dins el nostre sector, amb unes expectatives de TIR properes al 30%.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Competir contra grans companyies en negocis que poden generar una demanda alta i sostinguda en el temps, però amb períodes de maduració lents, ja que les companyies elèctriques són molt conservadores.

Sant Joan de la Salle 42
 08022 Barcelona
 654 95 80 52

Més informació:
www.igrid-td.com

12

KINETICAL BUSINESS

Empresa especialitzada en desenvolupament d'aplicacions per a dispositius mòbils *Smartphones* i *TabletPC*

kinetical
mobility solutions

RESUM

Constituïda el 2002, especialitzada en aplicacions mòbils per a *Smartphones* des del 2003 i *TabletPC* des del 2005, per xarxa comercial, SAT o equips de treball exterior, en sectors com *Pharma*, *Moda*, *AAPP*, *Luxury*, distribució i esports. Aquests productes en *TabletPC* són líders en tecnologia, amb clients com Novartis, Zambón, Indo, Umbro, Euroleague, FGC, Trambaix, Generalitat. En l'actualitat, llançant al mercat el nou producte KOpen.



EQUIP

Tots els càrrecs de responsabilitat (direcció, tècnica, I+D, comercial i financera) són de socis-treballadors, amb experiència en el sector informàtic. Des del 2007 inversors capitalistes com Grupo La información de Navarra i el Sr. Enrique Albiol.

PERSONA DE CONTACTE

Oscar Riera
oriera@kinetical.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

L'aparició de múltiples sistemes operatius i tot tipus de dispositius mòbils implica un increment dels costos de desenvolupament per a les empreses. Kinetical té la solució amb el nou producte KOpen, una eina multiplataforma i multidispositiu.

COMPETÈNCIA

Solucions de Microsoft i Adobe, que no són multiplataforma i en què calen coneixements informàtics per utilitzar-les. KOpen és tan usable que no cal ser informàtic per fer-la servir.

LA TEVA SOLUCIÓ

KOpen és una eina per generar formularis intel·ligents i continguts multimèdia, per a qualsevol dels S.O. del mercat, en règim de «lloguer per ús» i tecnologia *cloud computing*.

MODEL DE NEGOCI

Lloguer de llicències i serveis de disseny i desenvolupament. També xarxa de distribuïdors.

PLA DE MÀRQUETING

Desenvolupament programa de *partners* internacional, posicionament web i *e-commerce*. Primers clients de KOpen: teleassistència mèdica, majorista de viatges, mútua, *Pharma*.

FINANCES

Les necessitats són d'1,5 M€ per millorar producte, créixer en xarxa comercial i dur a terme el pla de màrqueting. En l'últim any han entrat 320.000 d'ampliació de K i Enisa. Es demana l'aportació en una imposició inicial perquè l'ampliació de funcionalitats i plataformes del producte és clau perquè tinguí èxit la seva comercialització i publicitat.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	650	980	1.320	2.730
EBITDA	89	142	154	569
Nec. Finanç	0	1180	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La sortida prevista seria una nova ronda de finançament i el marge proposat, entre el 15 i el 20%.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

KOpen té una gran escalabilitat gràcies a ser *cloud computing*, però necessita tenir més funcionalitats de les que té actualment i donar solució a qualsevol plataforma i dispositiu del mercat per ser molt atractiu en l'àmbit internacional. També necessita una important inversió inicial de posicionament. Aquesta és avui la seva principal barrera.

Marie Curie s/n
Parc Tecnològic Barcelona Nord
08042 Barcelona
+34 93 359 61 50

Més informació:
www.kinetical.com

13 LAYERS



RESUM

Aquesta jove empresa, nascuda el 2008 a Barcelona i amb oficines a Nova York, acaba de posar al mercat una eina que permet compartir textos, imatges i vídeos sobre qual-sevol pàgina web, i també funcionalitats específiques per a les empreses, cosa que permet una web dinàmica i molt interessant, també per a la educació. Som integradors de les diferents eines: Twitter, Facebook, etc. La conversa es fa en la mateixa web. La integració de Layers.com amb Moodle proporcionarà 40 milions d'usuaris.



EQUIP

El nucli de l'equip és compost per unes dotze persones. El nucli principal és compost pel primer executiu, el Sr. Marcos Cuevas –fundador–; el director general, el Sr. Roberto Martínez De Chiara, i en el consell assessor l'exdirector general de Yahoo! Music Europe, Sr. Ventura Barba.

PERSONA DE CONTACTE

Marcos Cuevas Expósito
marcos@layers.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els usuaris necessiten comunicar de forma textual, fàcil, integrada i amb una analítica específica. Els clients demanen un concepte expressiu i que permeti incloure informació rellevant. És un concepte que demana una dinàmica de desenvolupament àgil i costosa.

COMPETÈNCIA

Tot i que existeixen empreses que realitzen alguna funció semblant a la de Layers, actualment no existeix cap producte/servei en el mercat amb les seves característiques.

LA TEVA SOLUCIÓ

Producte innovador per a la conversa contextual vital per a la publicitat de les empreses –model nou– i per a l'ensenyament *on-line*.

MODEL DE NEGOCI

Combinació del model Freemium i publicitat per a les empreses.

PLA DE MÀRQUETING

Es fonamenta en dos pilars: la viralitat i l'escalabilitat, com també en els acords amb xarxes socials i social media.

FINANCES

Solament necessitem 750.000 € per al primer any per potenciar el desenvolupament de noves funcionalitats del producte, diferents aplicacions i integracions amb Moodle, com també l'acceleració de les activitats als Estats Units –actualment el 75% dels nostres usuaris són dels Estats Units.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	40	115	4.700	9.793
EBITDA	104	(300)	2.600	4.500
Nec. Finanç		750		

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

L'estratègia de sortida és fonamental per a la compra d'una empresa global com Google, Microsoft, etc. El ROI mínim esperat és del 30%, si bé les xifres exposades són majors.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Els inversors europeus tenen un perfil més tradicional, que impedeix una visió futura i innovadora. Associen l'anàlisi de risc a la situació actual i no a la futura. Per contra, els inversors dels Estats Units demanen per invertir que primer ho faci un inversor europeu.

Sant Salvador 59, 1r 1a
08172 Sant Cugat del Vallés
696 10 05 96

Més informació:
www.layers.com

14 LEADSPOT

Solució web i mòbil que incrementa radicalment el ROI dels expositors i visitants a grans fires professionals



COL-LABORADORS



RESUM

Les fires professionals (35.000 M€ anuals) estan en crisi i necessiten oferir eines per millorar el ROI d'expositors i visitants. LeadSpot (maig 2010) està desenvolupant una solució en col·laboració amb DAMA-UPC per identificar els millors contactes de negoci per cada expositor i visitant. Estem tancant un acord amb Fira Barcelona per fer un estudi d'una solució de matchmaking amb l'objectiu de fer-ne el desenvolupament posteriorment.



EQUIP

Victor El Satri –CEO. MBA IESE i Eng. Telecom.–. Experiència en desenvolupament de negoci en tecnologia mèdica i gestió de projectes IT. Ramon Guiu –CTO. MBA IESE i Eng. Telecom.–. Emprenedor amb experiència en start-ups de software i Internet (CTO).

PERSONA DE CONTACTE

Victor El Satri
victor@leadspotnow.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El mercat de les fires professionals està patint especialment la crisi. Expositors i visitants són més selectius i decideixen en quins esdeveniments participaran en funció del ROI. Els organitzadors necessiten oferir eines de valor afegit que millorin el ROI dels seus clients.

COMPETÈNCIA

Catàleg en paper i en línia, solucions de *networking* (xarxes socials) per a fires de negoci, solucions de *matchmaking*. És un espai emergent i no hi ha un actor dominant.

LA TEVA SOLUCIÓ

Tecnologia de *matchmaking* basada en intel·ligència artificial per identificar automàticament els millors contactes de negoci per a cada assistent a la fira.

MODEL DE NEGOCI

Venda del dret d'ús del servei per a un esdeveniment al seu organitzador (model SAAS).

PLA DE MÀRQUETING

Venda amb força de vendes pròpia a grans organitzadors de fires. Primer any Espanya i segon Alemanya. Projecte d'estudi per a Fira Barcelona a punt de ser signat.

FINANCES

Necessitem 350.000 €: 50.000 dels socis fundadors i 300.000 d'inversors privats i/o altres fonts públiques i privades. Les necessitats anuals es detallen a continuació.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	-	0	300	1.164
EBITDA	-	-151	-21	-16
Nec. Finanç	-	-156	98	93

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Entrada de nous inversors o venda en un termini de 5 a 7 anys amb una TIR esperada del 95% i un múltiple de 14x (entrant a una valoració pre-money d'1,2 M€).

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

A curt termini l'aspecte que caldria millorar seria la incorporació al projecte d'un expert del sector firal. Estem treballant per incorporar com a conseller un director de salons i tenim identificada una persona que ja ha actuat com a consellera de manera informal i estem treballant per incorporar-la al projecte.

Av. Icària 164, 5è 1a
08005 Barcelona
669 404 878

Més informació:
www.leadspotnow.com

15

LEXPERTIA

Cercador 2.0 de serveis legals que posa en contacte empreses i usuaris amb advocats altament qualificats



RESUM

Lexpertia vol convertir la prestació de serveis legals de qualitat en una *commodity* a l'abast de tothom, facilitant la intermediació client-advocat via aplicacions web. L'empresa, iniciada el 2010, es troba buscant capital per implementar la següent fase del projecte. Lexpertia té més de mil *preview beta users* a Espanya i algunes *Boutique Law Firms* a Barcelona.



EQUIP

Frederic Llordachs, MBA, MD, és copropietari del directori *on-line* de serveis mèdics més gran d'Europa, www.doctoralia.com, i Sergio Aragón, advocat en diferents països, fou responsable d'operacions per a Llatinoamèrica de la xarxa social de negocis www.xing.com.

PERSONA DE CONTACTE

Frederic Llordachs
frederic@lexpertia.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Es tracta que bufets petits i mitjans especialitzats i amb experiència en camps concrets puguin contactar amb clients, i que empreses que busquen assessories legals de qualitat les tinguin a bon preu.

COMPETÈNCIA

Les solucions existents són bases de dades *on-line* que no aporten valor a l'usuari en recerca d'assessoria de qualitat *on-line*.

LA TEVA SOLUCIÓ

Lexpertia té una *meaningful search tool*: un algoritme que realitza un *matching* entre les necessitats de l'usuari i el perfil del advocat, obtenint ingressos per lead generat.

MODEL DE NEGOCI

Model Freemium, de Cost per Lead.

PLA DE MÀRQUETING

La inversió ha de servir per implementar el pla de màrqueting, que inclou muntar equip comercial i fer publicitat i esdeveniments amb associacions legals, a part de l'obligat SEO/SEM.

FINANCES

La inversió calculada per als tres primers anys del projecte és de 504.900 € al mercat espanyol, sent necessaris per al primer any 162.300 € (Q3 2010 a Q3 2011), destinats a finalitzar el desenvolupament de la versió 1.0 del producte, i a la inversió en la campanya de llançament i valorització de la marca.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	48	178	324
EBITDA	0	-11	7	153
Nec. Finanç	0	162	171	171

Dades en milers d'euros.

Quin és el risc més important del seu projecte?

No aconseguir una base d'empreses que sigui atractiva pels bufets de mida petita i mitjana del mercat espanyol (aprox. 35-40 mil), no generant prou valor percebut perquè el despatx pagui pel servei. De la banda de les empreses, el risc és la falta de confiança en la contractació d'advocats per Internet, que es pot compensar per uns *fees* ajustats i uns perfils professionals molt especialitzats.

Bilbao 155, esc. A, 4t 1a
 08018 Barcelona
 605 08 37 10

Més informació:
www.lexpertia.com

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Empreses americanes com www.avvo.com (capital de 23 M\$), amb qui hi ha hagut contactes (Josh King, VP), o www.fastcase.com. S'espera un valor a 2012 de 2 M€.

16 MATRIX

Search Marketing. Now Intelligent



COL·LABORADORS



RESUM

Matrix permet a les agències de màrqueting *on-line* optimitzar la inversió en màrqueting de cerca dels seus clients mitjançant l'aplicació de tècniques d'intel·ligència artificial, que fa una previsió del tràfic que s'aconseguirà seguint les recomanacions de Matrix. Intelligent SEO, S.L. es va constituir com a empresa el 2009, ha aconseguit finançament d'Inspirit i ja té clients significatius (Group M, Conzentra, The Etailers...). Té oficines a Espanya, Argentina i Estats Units (Silicon Valley).



EQUIP

Aquilino Peña, CEO (exconseller delegat WPP Espanya); Roque Velasco, COO (5 anys d'experiència com a CEO d'empreses d'Internet); Ignacio Cuesta, CTO (ex-CTO agència Atraczion); Carles Cabré, Biz. Dev. USA (10 anys d'experiència en empreses SaaS).

PERSONA DE CONTACTE

Aquilino Peña

aquilino@matrixsearch.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Un problema habitual de les agències SEO és que el posicionament està basat en prova-error, es fa de forma artesanal i desconeixen a priori el tràfic que s'obtindrà, el resultat i el cost de posicionament. També suposa un alt cost en reaprenentatge i dificultat en la venda dels serveis per manca de previsió de resultats.

COMPETÈNCIA

Les principals solucions existents (SEOMoz, YieldSoftware) analitzen els resultats del màrqueting de cerca, però cap d'ells fa una previsió dels resultats futurs amb una base científica.

LA TEVA SOLUCIÓ

Primera plataforma d'Intelligent SEO que permet calcular la solució exacta amb base científica per posicionar els sites, gràcies a un sistema d'aprenentatge automàtic.

MODEL DE NEGOCI

Model d'ingressos recurrent (SaaS) a través de la subscripció mensual al servei de Matrix.

PLA DE MÀRQUETING

Inversió en màrqueting *on-line* (SEO, SEM, *webinars*), presència en esdeveniments a Europa i EUA, relació amb analistes, premis i *social media*.

FINANCES

En l'actualitat el projecte té la necessitat d'1 M€ per tal de completar l'equip comercial, de màrqueting i el desenvolupament del roadmap de producte previst.

	2009	2010	2011	2012
Facturació		+180	1.600	6.100
EBITDA		-45	+150	3.000
Nec. Finanç		-350	-630	

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Algunes de les possibilitats de sortida per als inversors són la venda a grans empreses del sector de la publicitat o del màrqueting *on-line* o agències desenvolupadores de *software*.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Fins ara hem estat focalitzats principalment en el desenvolupament del producte. La branca en la qual ens hem de focalitzar a curt termini és la creació i consolidació de l'equip comercial i de màrqueting.

Balmes 85
08006 Barcelona
+34 93 415 84 09

Més informació:
www.matrixsearch.com

17

ONGEST

Plataforma de gestió i facturació *on-line* per a autònoms, distribuïda com a servei (SaaS) a través de gestories



COL·LABORADORS



RESUM

Ongest.com és una eina *on-line* de facturació i gestió per a autònoms i petites empreses distribuïda a través de gestories. Ongest.com es constitueix l'abril de 2009 i avui disposa de 40 gestories clients i una facturació mensual recurrent de 7.500 €. Ongest.com disposa de dues ampliacions de capital, la primera de 20.000 € com a guanyadors del Seedrocket 2009, i la segona de 165.000 € d'inversió privada (business angels i F&F).



EQUIP

Joel Vicient, fundador, enginyer informàtic i MBA UrV. Segona experiència emprenedora. Joaquim Segura, COO, enginyer de Telecomunicacions. 7 anys en consultoria de negoci. M^a Àngeles Andrés, CMO, 10 anys d'experiència en entorns de direcció comercial.

PERSONA DE CONTACTE

Joel Vicient Manteca
jvicient@ongest.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els nostres clients són les gestories i els seus clients. Els primers necessiten redefinir el seu model de negoci, afegir-hi més valor (més assessorament, menys picar factures). Els segons no tenen eines de gestió adaptades a les seves necessitats de ROI ràpid.

COMPETÈNCIA

Mercat molt atomitzat. Principalment competim contra Word i Excel. Cal esmentar eines tradicionals de gestió (Facturaplus) i altres plataformes *on-line* de facturació (Endeve).

LA TEVA SOLUCIÓ

Principals avantatges: model SaaS (baix cost, ROI immediat) i distribució a través de gestories. Es tracta d'un negoci de subscripció recurrent. 40.000 gestories a Espanya.

MODEL DE NEGOCI

Les gestories paguen una subscripció mensual per tenir accés al nostre servei.

PLA DE MÀRQUETING

Creació d'una xarxa comercial de 25 comercials per assolir una quota del 2% de gestories i 2 M€ de facturació 2010. Avui dia facturem 7.500 € recurrents amb 40 gestories.

FINANCES

Necessitem un finançament addicional de 500.000 € (200.000 de capital privat i 300.000 de finançament públic). Es destinaran principalment a la creació de la xarxa comercial i al desenvolupament del pla d'I+D. Els emprenedors hi han posat 31.000 €, s'ha fet una ampliació de 180.000 € i s'ha obtingut un Enisa de 100.000 €. Podem posar 50.000 € més.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	5	123	806	2.057
EBITDA	-47	-212	-13	764
Nec. Finanç	40	185	500	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Àmplia tradició de fabricants de software líders en el mercat (Sage, A3) en la compra d'empreses per guanyar quota. ROI esperada (5 anys) del 40%.

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc més important per a Ongest és la necessitat de generar barreres d'entrada de forma ràpida per tal de fer front a la competència, la qual ha crescut de forma ràpida en els darrers mesos. Per aquest motiu, busquem finançament amb la intenció de: 1) guanyar quota de mercat de forma ràpida expandint la xarxa comercial; i 2) dur a terme un agressiu pla d'I+D que ens permeti generar productes disruptius.

Llacuna 162
08018 Barcelona
678 84 31 42

Més informació:
www.ongest.com

18 PASSWORDBANK

Una sola password, una sola vegada



COL-LABORADORS



RESUM

Des de 2008 desenvolupem una plataforma de seguretat TIC anomenada Enterprise Single SignOn (SSO & IAM) per a empreses i organitzacions, aportant reducció de costos, augment de seguretat i de productivitat i fent la vida més fàcil als usuaris, tot permetent l'acompliment normatiu. Tenim presència a 4 continents. Tenim inversió de Venture Capital, així com recursos públics. Hem signat un acord amb Oracle i d'altres fabricants mundials.

EQUIP

CEO-Roger Casals: emprenedor amb 3 èxits TIC, PDG per IESE. COO-Alfredo Arnaiz: enginyer i MBA. CTO-Josep Bardallo: informàtic. Julian Tan: APAC manager. Kristy Galet: USA Manager. Rob Clyde: ex-CTO de Symantec. Molt talent a R&D i altres departaments.

PERSONA DE CONTACTE

Alfred Arnaiz Miguel
alfredo.arnaiz@passwordbank.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Tothom té moltes passwords, i ningú més al món ofereix una solució global com la nostra, que suporta les 3 plataformes: Windows, Linux i Mac. Som únics en un mercat que segons els analistes Forrester i Gartner és el que més creix en seguretat i principal objectiu TIC.

COMPETÈNCIA

Tenim millor producte que la competència, de manera que competim (competim i fem partnership): Oracle, Tricipher, OneLogin, Passlogix, Novell, IBM, CA, Imprivata.

LA TEVA SOLUCIÓ

Permet gestionar unificadament la identitat digital i és l'únic sistema completament multiplataforma (Windows, Linux, Mac) tant quant a servidor com a estació de treball.

MODEL DE NEGOCI

Venda de llicències dels nostres productes i ingressos recurrents en el format SaaS.

PLA DE MÀRQUETING

Tenim Partnerships OEM amb grans fabricants, i acords amb grans integradors i consultores regionals. Estem fent campanyes via SEO, SEM i MOL.

FINANCES

La necessitat financera global del període es de 4,5 M\$, dels quals ja es disposa d'uns 2 M\$ en diversos formats (eines de finançament públic i aportacions de promotors i inversors). Es destinaran a desenvolupar els acords OEM, establir una xarxa de suport global, reforçar activitats d'I+D, desenvolupament comercial, posicionament amb analistes (Gartner...) i obtenció de certificacions internacionals.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	360	1.800	6.400	16.200
EBITDA	-170	40	2.700.000	6.000
Nec. Finanç				

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Preveiem un èxit a través de qualsevol de les grans firmes en el món del *software* empresarial: Oracle, IBM, SAP, Symantec...

Quin és el risc més important del seu projecte?

El risc més important del projecte és no ser capaços d'aprofitar l'oportunitat de poder donar resposta a les necessitats dels nostres partners estratègics ja signats (Oracle, Panda...), que són globals i que demanen molt suport (24x7) en l'àmbit internacional amb recursos propis.

Constitució 3
08960 Sant Just Desvern
+93 902 760 111 - 663 728 954

Més informació:
www.passwordbank.com

19 SPARSITY

High performance exploration for graph databases
(bibliographic exploration, social networks analysis...)

RESUM

Sparsity Technologies és una *spin-out* del grup DAMA de la Universitat Politècnica de Catalunya, que té com a objectiu desenvolupar comercialment les tecnologies i productes desenvolupats per DAMA i prestar serveis de suport i consultoria informàtica al seu voltant. Ens trobem en fase de comercialització a clients finals i cerca de finançament públic (ENISA, NEBT, NEOTEC) i privat. Constituïts el 15 de març de 2010.



EQUIP

L'equip emprenedor (J. L. Larriba, V. Muntés, N. Martínez i P. Baleta) és un equip consolidat procedent de la UPC (grup DAMA) amb llarga experiència en la investigació i desenvolupament industrial de tecnologies per a la gestió de grans volums de dades.

PERSONA DE CONTACTE

Pere Baleta Ferrer
pbaleta@ac.upc.edu

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Les empreses i organitzacions veuen créixer constantment el volum dels seus repositoris de dades, que molt sovint es relacionen en forma de xarxa d'informació o graf, on les tecnologies clàssiques relacionals no són capaces d'extreure la informació desitjada.

COMPETÈNCIA

Altres start-ups aparegudes en el darrer any a Suècia, EUA o Alemanya rere l'empremta de les tecnologies NoSQL, basades en graph databases.

LA TEVA SOLUCIÓ

La nostra tecnologia de *graph databases* (DEX) està enfocada a obtenir un alt rendiment sobre grans volums de dades (bilions d'objectes), molt per sobre de les altres solucions.

MODEL DE NEGOCI

Dual, llicenciament del *software* i desenvolupament a mida d'aplicacions verticals.

PLA DE MÀRQUETING

Vocació d'internacionalització des de l'inici. Difusió de les nostres tecnologies (web 2.0) per arribar a partners en diferents països (objectiu Europa occidental i EUA).

FINANCES

Estimem una inversió total de 500.000 € en tres anys (inversió en actius de 40.000 €, desenvolupament d'aplicació vertical 110.000 €, circulant per a projectes 130.000 € i inversió en màrqueting i vendes 220.000 €). L'equip emprenedor pot invertir 100.000 € i de programes públics podem obtenir-ne 200.000 més.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	410	1.023	1.803
EBITDA	0	(47)	88	683
Nec. Finanç	0	350	150	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Amb voluntat de permanència pot obtenir +15% en forma de dividends de mitjana els tres primers anys. Per la venda de la seva participació pot multiplicar per 3 la inversió.

Quin és el risc més important del seu projecte?

La finestra temporal de l'oportunitat, ja que en el darrer any han començat a aparèixer altres competidors.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Accions de màrqueting i venda directa.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Hem iniciat la cerca de finançament públic en els programes ENISA, NEBT i NEOTEC, així com els primers contactes amb inversors (Business Angels i Capital Risk).

Jordi Girona 1-3, C6-S103
08034 Barcelona
+34 93 401 0967 - 616 966 113

Més informació:
www.dama.upc.edu
www.sparsity-technologies.com

20 TEAMBOX

Col·laboració que funciona. Un lloc per al teu equip en un gestor de projectes *on-line*



RESUM

Teambox és una plataforma de col·laboració de projectes disponible com a *Software As a Service*, *Open Source* i en 11 idiomes. Proporciona comunicació amb *microblogging* entre els membres d'una organització o grups de treball entorn de projectes, arxius, tasques o converses. Constituïda la societat des d'octubre de 2009, inici de comercialització de producte el març de 2010, finançament privat mitjançant Business Angels.



EQUIP

Pablo Villalba, l'emprenedor – Enginyer aeronàutic. Teambox és la seva 3a empresa.
Mislav Marohnić – Un dels contribuïdors més importants de Ruby On Rails.
David Niubó – Experiència en captació de nou negoci World Online, idealista i emagister.

PERSONA DE CONTACTE

Pablo Villalba
pablo@teambox.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El client principal són organitzacions i grups de treball de qualsevol mida i composició, *freelancers*, pimes, multinacionals, grups de treball interns i externs, amb localitzacions geogràficament disperses que necessiten centralitzar les seves eines de comunicació.

COMPETÈNCIA

Software per a programadors (Jira, Redmine...), eines 2.0 de comunicació (Basecamp, Yammer, Cubetree...) i *software* empresarial de col·laboració (Lotus Notes, Sharepoint...).

LA TEVA SOLUCIÓ

Versió SaaS, codi obert i contribució de la comunitat open source, internacionalització (11 idiomes i creixent), versió mòbil, integrat amb eines socials i web 2.0, fet en Ruby On Rails.

MODEL DE NEGOCI

Adquisició de subscripcions de pagament d'ús del *software* via web i venda directa serveis.

PLA DE MÀRQUETING

PR, SEO, continguts en 11 idiomes, adquisició d'usuaris on-line, afiliats, aliances amb partners per a distribució. Vlex, Motorola o University of Penn State ja són clients.

FINANCES

Primer any: 150 k\$ en servidors, oficines, suport. 400 k\$ en desenvolupament de productes i aplicacions. 350 k\$ en màrqueting i adquisició d'usuaris. 400 k\$ equips comercials internacionals. 100 k\$ back-office dels processos de vendes. 100 k\$ programes d'afiliats. Fins ara invertits 140.000 \$ de Business Angels i el fundador Pablo Villalba.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	824	3.055	14.300
EBITDA	0	805	1.220	11.740
Nec. Finanç	0	1.500	0	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Qualsevol proveïdor de *software* necessitarà integrar una suite de col·laboració per fer-lo social i 2.0. L'últim èxit del sector va ser Cubetree, per 50 M\$.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Tot allò relacionat amb el màrqueting i la internacionalització. Creiem que l'èxit del projecte rau a adequar la nostra estratègia de vendes correctament a cada mercat particular internacional mantenint el «core» del producte. Per fer-ho, necessitem màrqueting per a adquisició d'usuaris per a països i equips de venda internacionals que s'adaptin a les necessitats de cada mercat.

Bonsoms 21, Local 1
08028 Barcelona
661 93 9945

Més informació:
teambox.com

21 TINYTRONIC

We locate the others
Small, free & everywhere



RESUM

Tinytronic es va fundar el 2001; l'empresa no ha parat de créixer fins al 2008, quan va assolir facturar 1,5 M€ sense cap aportació de capital però sí amb ajudes i crèdits. Volem que tot es pugui localitzar, per molt petit que sigui, mitjançant el desenvolupament de petits tags que es puguin ficar en un clauer, cartera, nen, etc. Cobrim des de la recerca i la producció fins a la venda en l'àmbit internacional (el 70%). Estem orgullosos de saber investigar però sobretot de saber industrialitzar-ho i vendre-ho.



EQUIP

Som unes 30 persones, 8 persones a R+D i la resta a comercial, MKT, compres, producció... Totes amb una àmplia experiència tant en indústria, recerca, vendes internacionals, etc.

PERSONA DE CONTACTE

Andreu López Pou
andreu@tinytronic.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

Els nostres clients són tots aquells que vulguin localitzar algun objecte o persona, en què el tag a col·locar sigui petit, i que més el podran trobar en entorns *indoor* i *outdoor*, on no hi ha sempre cobertura de telefonia mòbil. Actualment se'n venen per trobar animals.

COMPETÈNCIA

La nostra competència en moltes aplicacions encara no cobertes no existeix. En els mercats de gossos de caça la nostra competència és Garmin o empreses que venen GPS/GPRS.

LA TEVA SOLUCIÓ

Partim d'una tecnologia pròpia que permet fer els tags molt petits, i que es puguin trobar en situacions *indoor* i *outdoor* sense cobertura de telefonia. Les altres tecnologies actuals no donen cap solució al mercat que volem cobrir.

MODEL DE NEGOCI

Vendre productes, i en un futur pròxim, vendre la tecnologia o projectes a mida.

PLA DE MÀRQUETING

Hem d'explotar la nostra tecnologia i patents per créixer i diversificar-nos en nous mercats per a noves aplicacions, com infidelitats, seguretat, militar, nens, esports, logística, etc.

FINANCES

El finançament depèn de quantes aplicacions noves vulguem obrir, el nostre problema no és de mercat i oportunitats sinó de capitalització. Un escenari mínim són uns 500 k€ per any, amb què podem obrir dos mercats nous cada any.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	1.288	1.800	3.000	5.000
EBITDA	-66	100	2.509	500
Nec. Finanç	300	500	500	

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Podem acceptar inversors de capital risc a l'empresa matriu on es fa la R+D i inversors estratègics per als subprojectes més verticals enfocats a nous mercats o aplicacions.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Superar el 2010 finançament a causa de les pèrdues i deutes del 2009.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

La qualitat.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Crèdit bancari i oficial per arribar a obtenir la tecnologia actual. Ara ens cal capitalització per entrar en nous mercats i seguir investigant un projecte molt més gran.

Batista i Roca 6-8
08302 Mataró
+34 93 790 79 71

Més informació:
www.tinytronic.com
www.tinyloc.com

22

WAYRA NETWORKS

Wireless AMR/AMI Solutions



COL-LABORADORS



RESUM

A Wayra disposem de tecnologia pròpia (*hardware* i *software*) que ens permet formar xarxes sense fils per a la lectura remota de comptadors d'aigua, gas i/o electricitat. Estem desenvolupant des de 2007 i tot just hem començat a vendre. També estem comercialitzant la idea a Sud-amèrica. Respecte al finançament, tenim els préstecs participatius d'Invertec i Eurecan i un Neotec aprovat.



EQUIP

Wayra està formada per 3 enginyers amb una àmplia experiència en el desenvolupament de projectes tecnològics, tant dins com fora del mercat de la lectura remota. Cada enginyer és responsable d'una àrea; *hardware*, *software* de gestió i *software embedded*.

PERSONA DE CONTACTE

Fernando Luis Sánchez
info@wayranetworks.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El nostre sistema permet eliminar les despeses del personal que pren les mesures, recollir les dades amb una periodicitat més gran, eliminar errors de lectura, connectar i desconnectar remotament els comptadors, etc., tot gràcies a l'automatització de la xarxa.

COMPETÈNCIA

La competència se centra principalment en empreses que desenvolupen solucions generalistes de presa de dades de sensors, però que no són especialistes en aquest sector.

LA TEVA SOLUCIÓ

Gràcies a l'especialització en aquest sector oferim solucions claus en mà. Els nostres dispositius tenen un consum menor, són més petits, més potents i més econòmics.

MODEL DE NEGOCI

Els ingressos provenen de la venda dels dispositius *hardware* i del *software* de gestió.

PLA DE MÀRQUETING

L'objectiu és centrar-nos a curt termini en projectes amb utilitats del mercat nacional i sud-americà, encara que la nostra perspectiva de vendes és global.

FINANCES

Durant els pròxims anys es necessita una inversió de 600.000 €, encara que no tota inicialment. Aquesta es destinarà a augmentar la plantilla, continuar el desenvolupament, la patent internacional i accelerar la comercialització dels equips. La inversió realitzada és de 50.000 € per part dels socis, 150.000 € del p.p. Eurecan i 100.000 del p.p. Invertec.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	6,5	143	1.025	2.743
EBITDA	4	26	92	702
Nec. Finanç	105	252	108	262

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

La millor opció de sortida és en el moment de l'entrada d'un soci industrial que es buscarà a partir del 2013. S'espera un ROI del 30% a partir dels 4 anys de la inversió.

Quin és el risc més important del seu projecte?

Tenir una mida massa petita que no generi confiança als clients.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Una promoció més gran de la solució en medis especialitzats dels sectors.

Què heu fet fins ara per aconseguir els diners que necessiteu? Per què creieu que encara no els teniu?

Ens hem anat marcat objectius i els hem anat complint. Més que un problema de quantitat, la qüestió és el que es tarda a rebre el finançament.

Agricultura 140, 4t 5a
08019 Barcelona
+34 93 303 73 79

Més informació:
www.wayranetworks.com

23

ZYNCRO

Organitza la informació. Connecta persones i arxius i col·labora més ràpidament



RESUM

Zyncro és una solució que dona una resposta eficient a les empreses per gestionar, compartir arxius i facilitar la col·laboració entre equips de treball. Zyncro Tech, S.L. es va constituir l'agost del 2009 i a hores d'ara té més de 70.000 usuaris registrats. Hem aconseguit un crèdit NEBT. La versió de pagament ha sortit al mercat aquest mes de juny.



EQUIP

Jordi Xapelli (CEO): eng. sup. en Informàtica, ha treballat a IBM i Alcatel Australia. Oriol Bassagañas (CTO): tècnic en Electrònica Industrial, més de 10 anys d'experiència en gestió de projectes d'Internet. Dídac Lee: emprenedor en sèrie, fundador i president de diverses companyies tecnològiques (destaquen Spamina, Intercomgi i Scubastore).

PERSONA DE CONTACTE

Jordi Xapelli

jordi.xapelli@zyncro.com

PROBLEMA/OPORTUNITAT

El nostre client principal són les empreses, especialment pimes, a les quals hem trobat una solució eficient, fàcil i econòmica per resoldre les dificultats a l'hora de gestionar els arxius i col·laborar entre departaments i amb els seus clients i proveïdors.

COMPETÈNCIA

Els principals competidors de Zyncro són www.yammer.com, www.socialcast.com i www.box.net.

LA TEVA SOLUCIÓ

És la primera eina capaç d'actuar com a gestor de fitxers i organitzador de la comunicació i informació d'una empresa amb la màxima confidencialitat i seguretat.

MODEL DE NEGOCI

Model SaaS d'ingresos recurrent (Pla Business o Enterprise) i Pla Free amb Adwords.

PLA DE MÀRQUETING

Inversió en màrqueting *on-line* (SEO, SEM), presència en esdeveniments a Europa i EUA, presentació premis i *social media*.

FINANCES

Tenim necessitat de 0,75 M€ els primers anys per tal de completar l'equip comercial, de màrqueting i el desenvolupament de producte previst per al 2010 i 2011.

	2009	2010	2011	2012
Facturació	0	87	1.300	4.600
EBITDA	0	-250	350	1.200
Nec. Finanç	0	454	280	0

Dades en milers d'euros.

ESTRATÈGIA DE SORTIDA I RETORN ESPERAT

Algunes de les possibilitats de sortida per als inversors són la venda a venedors de suites de col·laboració, Big SaaS Players i gegants d'Internet.

A curt termini, quina és la branca de l'empresa que hauria de millorar?

Hem estat treballant intensament en la millora del producte tant en tema de funcionalitats com en la part d'usabilitat i necessitats del client. La part a la qual hem de dedicar més recursos és la sortida al mercat tant en l'àmbit nacional com internacional, especialment en la campanya de màrqueting per Internet, i la cerca d'empreses que ens serveixin com a referència per a altres clients.

Passeig d'Olot 68-70, baixos
17006 Girona
+34 972 20 35 75

Més informació:
www.zyncro.cat

ACC10
Tel. 934 767 200

www.acc10.cat

SERVEI D'ORIENTACIÓ A L'EMPRESA

info@acc10.cat

902 62 77 88

Amb la col.laboració de:

Deloitte.

Connecta't al coneixement empresarial

www.anella.cat

 **l'Anella**
L'empresa en xarxa