Dossier



600

mil pesos repartió el concurso entre los tres primeros premios, que fueron ODA Biovajilla, TranGO y Fungipor.

El concurso Emprende HZ, organizado por Inicia, fue la vidriera para un semillero de emprendimientos y proyectos que se destacan por ser altamente innovadores, con cuidado por el medio ambiente, pero sin resignar rentabilidad. Por Laura Andahazi Kasnya

l concurso Emprende HZ,
que concretó su premiación en marzo, propone el
esquema de "innovación
abierta" para nuevas soluciones en la industria de los envases o
packaging. La iniciativa de la empresa
Grupo HZ galardonó por sus "soluciones innovadoras" a los emprendimientos ODA Biovajilla (primer
premio), TranGOapp (segundo) y
Fungipor (tercer puesto).

Según los organizadores, hubo cuatros pilares que se tuvieron en cuenta para elegir entre los 15 finalistas: la innovación en el *packaging*, la sustentabilidad, la entrega de valor al cliente y la logística y distribución.

La organización del concurso de HZ estuvo a cargo de la asociación de emprendedores INICIA, la cual buscó conectar a la empresa con proyectos que aporten una mirada nueva a la industria. La herramienta de "innovación abierta", según explicó Alejandra Méndez, directora ejecutiva de INICIA, "es el nuevo paradigma de gestión de la innovación que está emergiendo en el mundo productivo". Méndez cita a Henry Chesbrough, considerado el padre de la innovación abierta: "Se trata de combinar el conocimiento y las ideas internas con ideas externas, y así acelerar los procesos de innovación propios que

impactan luego en el mundo exterior".

También conocida como *corporate venturing*, la innovación abierta propone diferentes modos de vinculación de empresas con emprendedores. El concurso Emprende HZ es uno de esos modelos, entre varios otros: *hackatones*, competencias o *challenges*, espacios de *coworking*, procesos de incubación y aceleración, o bien alianzas estratégicas e inversión de riesgo.

"La elección de uno u otro va depender de los objetivos, del estadio en el que se encuentra la empresa en su proceso de innovación abierta y del nivel de compromiso en tiempo y recursos a destinar", agrega Méndez.

Según Pablo García, gerente comercial regional del Grupo HZ, las estructuras tradicionales están más enfocadas en solucionar problemas de corto plazo, dentro de un modelo de negocio al que ya están habituados. Por lo tanto, en su opinión, la búsqueda externa de talento emprendedor se complementa a la perfección con las fortalezas de HZ.

Un dato no menor es que HZ nació como un pequeño emprendimiento en 1958, de la mano de esloveno Herman Zupan quien, en el garage de su casa, montó una pequeña fábrica de envases de cartulina.

Fueron las generaciones siguientes las que, al gen emprendedor de su

fundador, le fueron sumando profesionalización. El negocio de HZ se fue diversificando y generando alianzas con otras empresas. Hoy el Grupo HZ emplea a alrededor de 1.800 personas y tiene presencia en toda la región.

El concurso Emprende HZ premió al primer puesto con 300.000 pesos, al segundo \$200.000 y al tercero con \$100.000. Además, los tres emprendimientos ganadores serán incubados por HZ, participarán en rondas de vinculación y realizarán un viaje de relacionamiento a Chile o a Brasil. También recibirán mentorías, capacitaciones y redes para fortalecimiento. Cuando los ganadores tengan más o menos desarrollado sus productos, HZ espera agregar valor según lo que necesite cada uno.

"El tipo y forma de relacionamiento será consensuado durante el proceso de vinculación. Eso determinará el alcance de nuestra participación, de cara al futuro", aclaró García.

La fórmula de la innovación abierta, agregó Méndez, es ganar – ganar: "A los emprendedores se les facilita el acceso a mercados y canales de comercialización ya desarrollados. Además, cuentan con el respaldo de una marca reconocida y el acceso a capital semilla, entre otros beneficios. Por su parte, para las corporaciones, las iniciativas de innovación abierta son una oportunidad para explorar nuevas tecnologías y modelos de negocio; renovar su cultura, captar nuevos talentos, incorporar capacidades para llegar a nuevos mercados o productos. Incluso, hasta reducir tiempos en la resolución de problemas", detalla.

Pymes entrevistó a los ganadores y algunos de los finalistas. En su gran mayoría, se trata de emprendimientos en etapa de validación, integrados por profesionales motivados por encontrar soluciones innovadoras a problemas particulares.

ODA Biovajilla Platos hechos de papa

Oda Biovajilla es la marca una línea de platos biodegradables hecha de cáscaras de papa, que son descartados en composteras o macetas y en cuatro semanas desaparece sin dejar rastros. Guido Ventura, uno de los socios fundadores, plantea que la materia prima está asegurada: Argentina es uno de los principales productores de papa de la región.

El emprendimiento es la concreción de la tesis universitaria que Ventura junto a Juliana Campanelli, Anna Clara Cappetta, María Agustina Chianetta y María Paula Vita presentaron en 2017 para recibirse de diseñadores industriales de la UBA. Convencidos de que tenían algo más que un trabajo académico, decidieron convertirlo en un negocio destinado al sector gastronómico, que utiliza vajilla de plástico descartable.

Si bien existen iniciativas similares (en el sudeste asiático hay platos hechos con hojas de palmera), los jóvenes no encontraron nada similar en Argentina, pero sí abundante deshecho de cáscara de papas como para utilizarla como materia prima.

En 2018 se presentaron en el concurso Innovar y, aunque no alcanzaron el premio mayor, les alcanzó para comprobar que había un interés genuino por los productos sustentables como el que ellos proponían.

"Hoy la demanda supera ampliamente nuestras posibilidades de producción y no queremos dejar pasar esta oportunidad. Tenemos la materia prima, la receta del producto, tenemos al productor y tenemos los clientes; lo que necesitamos es comprar maquinaria, porque la que tenemos hace un plato cada 30 minutos y hace inviable la producción; por ahora tenemos la matricería", cuenta Ventura.

Con los \$300.000 del primer premio del concurso Emprende HZ esperan



PYMES 06.2021 5

comprar la máquina que necesitan para concretar el objetivo de salir este año. Además de platos, en sus planes está sumar bandejas y salseros, hasta completar una línea de vajilla.

La inversión para el desarrollo del proyecto provino de los premios que fueron ganando de diversos concursos y del capital que cada uno de los socios fue aportando de sus ahorros; hoy tienen un local como estudio.

El precio de cada plato es de \$90, pero es un valor que los emprendedores esperan poder reducir a medida que puedan producir a mayor escala para responder a la demanda, y así apostar a un precio por volumen.



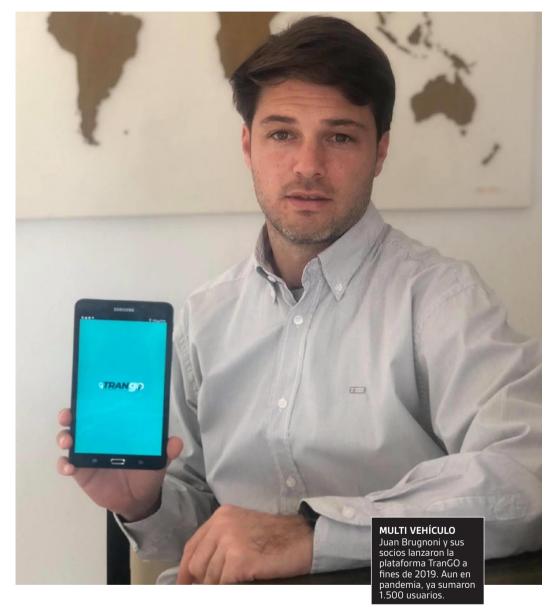
TranGO Logística colaborativa

Compartir un espacio vacío en un auto le ahorra al planeta 150 gramos de emisión de dióxido de carbono por cada kilómetro recorrido y según Juan Brugnoni, usando TranGo se podrían evitar 50 toneladas de dióxido de carbono a lo largo de un año.

¿Qué es TranGo? Es una plataforma de servicios de logística creada en Córdoba por tres amigos: Brugnoni, Luis Bernardi y Gerardo Boiero. La aplicación permite que, de manera colaborativa, transportistas, mensajeros o particulares hagan envíos ocupando el espacio vacío que le queda en su vehículo. "La plataforma tiene un enorme potencial de crecimiento, ya que en Argentina circulan más de 10 millones de vehículos por día y en Latinoamérica son más de 100 millones", comenta Brugnoni.

El principal diferenciador respecto a otras empresas que brindan servicios similares es que la persona que necesita hacer un envío puede elegir con quién hacerlo, de acuerdo al tipo de vehículo que necesite. Otro detalle no menor es el precio: la plataforma no fija ni sugiere precios, la persona elige según a lo que cada chofer cotiza su servicio.

FEDERICO PAUL



Para abonar el servicio, que se puede hacer en efectivo al chofer, la plataforma también ofrece su propia billetera virtual. Sobre el precio que acuerdan las partes, TranGo cobra una comisión de 15%. Disponible para IOS y Android, fue lanzada en noviembre de 2019, meses antes de la pandemia. En un año llegaron a las 5.000 descargas y alrededor de 1.500 usuarios activos.

El flujo de viajes, cuenta Brugnoni, se está dando en Rosario, Mendoza, Buenos Aires y Córdoba, pero a medida que van creciendo las descargas estima que irán extendiéndose a lo largo de todo el país. Por ahora, dice el emprendedor, están enfocados a pequeña o mediana paquetería, pero este año sumarán también el servicio de grandes cargas, con el objetivo de integrarse a la cadena de valor de empresas.

Premiada con el segundo galardón del concurso Emprende HZ, Brugnoni celebra haber ganado los \$ 200.000 porque, entre risas, cuenta ya lo tienen gastado y ahora lo podrán recuperar. "Lo más importante de haber participado es que empresas como Grupo HZ validen nuestro emprendimiento, nos abran las puertas y nos acompañen en el camino".

PYMES 06.2021 5

Fungipor

Como telgopor, pero biodegradable

Ayelén Malgraf lleva ya años trabajando para dar un adiós definitivo al telgopor y reemplazarlo por algo más amigable con el medio ambiente como el micelio del hongo. Se trata de la parte de los hongos que está bajo tierra (la "planta") que, aglutinada bajo un proceso biotecnológico, queda conformada como un bloque.

"Con este proceso natural se pueden realizar distintas formas para infinitas variantes de embalaje, con costos más competitivos y reduciendo la huella de carbono", agrega Malgraf, bióloga entrerriana radicada en la localidad salteña de Cerillos.

A su innovación le puso como nombre Fungipor: se trata de un biomaterial validado en laboratorio que, cuenta Malgraf, resulta resistente al fuego, mantiene las temperaturas, es liviano, soporta golpes y es compostable. En Estados Unidos ya existe una empresa que comercializa productos similares y a través de patentes llegan al Reino Unido y al País Vasco. Pero en Argentina, según pudo averiguar Malgraf, esa empresa no tiene jurisdicción.

Para poder salir con su producto Fungipor al mercado, Malgraf necesita un espacio para producir y almacenar los productos; los \$100.000 que ganó en el concurso Emprende HZ, estima, serán invertidos en un alquiler y en las matrices. "Si bien no es mucho dinero, ganamos el tercer premio, es un incentivo enorme y más si se tiene en cuenta que hasta ahora todo lo invertido salió de ahorros familiares", festeja.

El equipo de Fungipor lo completa su marido Roberto Gómez Faure, que es odontólogo y colabora en el área de producción; Macarena Albarracín, que es arquitecta y se ocupa del diseño y moldeado de los bloques, y Ricardo Borla, un ingeniero químico con experiencia en negocios.



TechGate Plattform Una garantía rigurosa

La fecha de vencimiento de un producto le garantiza al cliente un consumo seguro dentro de un período de tiempo, pero no si el producto no fue transportado o almacenado adecuadamente. De modo que el rótulo termina siendo una referencia y no una garantía.

Cinco científicas de Bahía Blanca crearon una plataforma, Tech Gate, para dar esa garantía a través de tres potenciales productos:

. Una etiqueta adhesiva, Termocolor Band, la cual con un sencillo cambio de color irreversible indica si el producto estuvo expuesto a una temperatura mayor a la recomendada.

. Ranci Control, una tira que indica si una crema cosmética está rancia.

. Lacto Check, otra tira que indica presencia de lactosa.

El equipo está conformado por Yamila Vázquez, Yanela Alonso, Luciana Castillo y Esperanza Adrover, las cuatro doctoras en Ingeniería Química, y Loreana Gallo, doctora en Ciencias Químicas. Todas se desempeñan en la Planta Piloto de Ingeniería Química (Plapiqui), un instituto de investigación dependiente del Conicet y la Universidad Nacional del Sur.

"La idea de la plataforma surgió en el marco institucional de Plapiqui. El plan era explorar nuevas líneas y trabajar en conjunto con las diferentes áreas de investigación del instituto, de manera de sumar valor a nuestros conocimientos científicos tecnológicos. Así fue que nos juntamos y, con los conocimientos y especializaciones de cada una, fuimos armando el proyecto", explica Vázquez.

La plataforma y los productos propuestos apuntan a convertirse en garantía de confianza para los consumidores, ya que el color que revelaría la cinta o tira es irreversible. Y también son ofrecidos como una solución para las empresas, en sus procesos de logística y almacenamiento.

El modelo de negocio, por lo tanto, es tanto en formato B2B (Business to Business) con las cintas adhesivas, para que las marcas las incorporen a sus envases, como en formato B2C (Business to Consumer) con las tiras indicadoras que, esperan, estén en los botiquines de cada hogar. Por ahora, explica Castillo, están enfocadas a la industria farmacéutica aunque no descartan, en un futuro, sumar a la industria alimenticia u otras.

La irrupción de la la pandemia les impidió seguir trabajando en el laboratorio, por lo que durante el aislamiento solo pudieron dedicarse a lo empresarial: definieron sus roles y tareas y aplicaron a diferentes concursos y programas de desarrollo emprendedor.

En junio fueron seleccionadas en la Convocatoria de Apoyo a Ideas - Proyecto de Plapiqui y también ganaron el concurso Madre Emprendedora. De esas dos iniciativas obtuvieron financiamiento para avanzar en su validación y en capacitaciones en negocios.

"El 2020 a pesar de todo fue productivo. Estamos en conversaciones para asociarnos con empresas para la producción a escala, ya que nuestro laboratorio no tiene capacidad más que para pruebas y prototipos", dice Castillo.



PYMES 06.2021

Omega Envases con desechos cerveceros

Omega propone la transformación de deshechos de la industria cervecera en embalajes sostenibles para la industria gastronómica. "Creemos que podemos reemplazar parcial o totalmente a los materiales actuales y reducir el nivel de contaminación ambiental que produce los descartes", asegura Sofía Sagel, una de las socias fundadoras del emprendimiento, junto a Julieta Fernández.

Por cada litro de cerveza artesanal son desechados unos 600 gramos de bagazo de cebada, explica Sagel. El crecimiento exponencial de las cervecerías durante los últimos cuatro años, estima, hoy se traduce en 2,2 millones de kilos de bagazo desechados por mes, sólo entre las cervecerías de Capital Federal.

La propuesta de las dos emprendedoras consiste en utilizar el bagazo para la

> NUEVO MATERIAL Sofía Sagel (foto) y Julieta Fernández utilizan el bagazo de cebada que desechan las cervecerías como materia prima.

fabricación de envases para delivery, con un material que define como autoaglutinante, biodegradable y económico. Por su parte, las cervecerías podrían recibir una renta por sus desechos y a la vez contribuir con el medioambiente, ya que la descomposición del bagazo libera gases contaminantes.

Omega está aún en etapa de provecto y aunque próximamente estarían terminado el primer prototipo de embalajes, las jóvenes emprendedoras estiman que el precio final de cada packaging, dependiendo de su tamaño, rondaría los 25 pesos.

Trazatodo

Blockchain para trazabilidad

Trazatodo es una plataforma basada en el concepto de trazabilidad que resguarda la historia de un producto, su origen, característica y ubicación a través de registros basados en Blockchain. Gracias a esta tecnología, explica Matías Caputi, uno de los socios fundadores, los consumidores podrán saber, en el caso de una hortaliza, quién la cultivó, qué semillas fueron usadas, si es orgánica, cuándo fue plantada, cosechada, transportada y almacenada, entre otros datos. Simplemente escaneando un código QR con el celular.

Al estar basada en tecnología Blockchain, remarca Caputi, la información es segura, ya que los datos que allí se cargan son inviolables. A los productores, la plataforma les es ofrecida como una herramienta de control en tiempo real del recorrido de sus productos. Además, les genera información que le servirá para validar, corregir o profundizar aspectos clave de su negocio.

El equipo de Trazatodo está integrado por Caputi, Hernán Cassinelli - ambos expertos en Blockchain –, junto a Héctor Parker y Saúl Gómez. El producto están aún en una primera versión de desarrollo y están a la búsqueda de capital, para poder lanzarlo al mercado en seis meses.

"Estimamos que con U\$\$150.000 podríamos terminar la plataforma. Estamos hablando con clubes de inversores e inversores ángeles, pero no es como en otros países, donde los inversores abundan. Estamos evaluando la idea de ir a Silicon Valley", cuenta.

Aunque un poco frenadas por la pandemia, Caputi dice que ya tienen iniciadas conversaciones con productores de carne, maní e hidroponía, y que mostraron interés en el servicio.

Caputi, inteniero en Sistemas de la

UTN, ya acumula un historial emprendedor. Tuvo una "software factory" y luego, con su amigo Cassinelli, hace diez años fundaron Presto, un menú digital, hoy muy difundida, pero totalmente novedosa por entonces, cuando los celulares más avanzados eran los Blackberry y algunos recién iPhones).

y algunos recién iPhones).
El siguiente emprendimiento fue en
2014, mientras trabajaban en relación
de dependencia: un bar tecnológico,
Bitcoffee, donde el cliente hacía su
pedido por una pantalla y podía
pagar a través de los tradicionales
modos de pago o con criptomomonedas. Lo cerraron en 2018, por
falta del capital necesario para franquiciar el negocio. Pero cuenta que
de aquellas experiencias conocieron
a Parker y Gómez, y a la vez fueron
especializándose en la tecnología
Blockchain, hasta llegar a esta nueva
propuesta.



PYMES 06.2021 5



Pablo Rigoni (45) ideó una plataforma, Ecobuy, para premiar con puntos y vouchers de compra a quienes se guíen por la regla de reducir, reciclar y reutilizar la basura. Habituado al reciclaje junto con su hija de ocho años, decidió buscar la manera de transformar esa acción individual que hoy es alentada desde la responsabilidad social en un incentivo masivo que, a la vez, pueda ser un negocio.

Para llevar adelante la idea se asoció con Ignacio de Vértiz, Matías Loréfice y Germán Merlo.

"Lo que se busca es incentivar el reciclaje premiando con puntos, para cambiarlos por vouchers de compra con descuento", define Rigoni. "Con mis socios definimos a esta propuesta como la cuponera de la economía circular, utilizando como valor de intercambio los residuos reciclables".

¿Cómo funciona? Por cada residuo reciclable, las personas irán sumando

puntos en el momento de llevarlos a los puntos de recolección de las cooperativas aliadas, o cuando permitan el retiro en sus domicilios. Luego podrán canjear los puntos por cupones de descuento, para utilizarlos en comercios adheridos.

El negocio para EcoBuy, explica Rigoni, está centrado en las alianzas que logren generar con empresas y municipios para que publiquen los cupones, e incentivando el reciclaje por una tarifa mensual.

Cuenta que planifican lanzar una prueba piloto con dos empresas multinacionales y 15 cooperativas, en 5 provincias y más de 1,000 puntos de recolección. Durante la prueba piloto, que durará tres meses, las empresas tendrán el servicio sin cargo y para la comunidad será gratuito, tanto el uso de la aplicación como la recolección y recepción de los residuos. El objetivo de Rigoni y sus socios es llegar a todo el país para fines de 2021.



Atacama

Aislante solar y un envase especial



Tristán de Villalobos es el jefe de innovación de Isolant Aislantes, una empresa familiar especializada aislaciones térmicas que, en alianza con Sitex Revestimientos, a fines del 2020 lanzaron un aislante líquido en base a nanotecnología.

El producto, denominado Atacama, actúa como escudo solar mediante la refractación de la luz, con lo cual reduce entre 6 y 8 grados la temperatura ambiente en una vivienda, durante los meses de más calor.

Incluso, teniendo en cuenta la necesidad de reducir el plástico el producto, el envase del repuesto no es el tradicional balde, sino una caja de cartón reciclable o "bag in box": troquelable, apilable y con pico vertedor.

Villalobos asegura que la iniciativa es el primer aislante que incorpora nanotecnología y dióxido de titanio, que hacen que refleje las radiaciones de la luz visible y las infrarrojas del sol.

Agrega: "Tiene una durabilidad de cinco años y funciona solo con el exceso de radiación, por lo que en invierno no actúa; funciona sólo en verano, o en regiones muy calurosas". Esta innovación, aclara, existe en otros países como Estados Unidos y Alemania.

El lanzamiento al mercado, dice Villalobos, fue un éxito inesperado: "Triplicamos el escenario optimista que habíamos estimado; de hecho quebramos el stock. En cuatro meses vendimos 65.000 litros".

La apuesta de Isolant es ahora certificar como Empresa B, razón por la cual el packaging utilizado para su nuevo producto no es para ellos un dato menor. Y afirma que para modificar las máquinas llenadoras para las nuevas bag in box, el diseño del packaging y publicidad "se invirtieron alrededor de 1 millón de pesos".



VayVen

Un envoltorio para usar 100 veces

Para Dafna Nudelman y Mailén Calvo cada caja y cada bolsa que se usa para envolver cada producto que se envía a domicilio, luego de una compra online, representa un problema: se trata de un envase de cartón y/o plástico que, en cuanto llega al domicilio, se convierte en un residuo contaminante.

Nudelman, quien se presenta en las redes sociales como "La loca del Tupper", es especialista en economía circular y una activista medioambiental ya muy conocida. Hace años que "cranea" campañas comunicacionales por un consumo responsable

en la recolección de la basura. Ahora junto con Calvo, diseñadora especializada en sustentabilidad, diseñaron un packaging retornable para este tipo de paquetes a domicilio que combate la cultura del descarte, ya que el consumidor final puede devolver el paquete en un punto de entrega cercano a su domicilio.

El producto, denoninado VayVen, es un negocio aún en desarrollo: las socias ya cuentan con el prototipo y están teniendo las primeras conversaciones con empresas de correo, para hacer pruebas piloto y validar la idea. El packaging está realizado a partir de residuos plásticos: por cada envase de VayVen reutilizan 60 envoltorios plásticos.

En cuanto a sus características, cuenta Nudelman, el packaging es impermeable, funciona como aislante térmico, resiste impactos, tiene fuelle para aumentar su volumen y es inviolable. Y lo más importate, remarca, es según sus pruebas se puede reutilizar más de 100 veces, mientras que el costo queda amortizado con sólo 20 usos.

Para completar el círculo, planifican encarar la producción con personas en situación de vulnerabilidad social, para fomentar la inclusión y la igualdad de oportunidades.

