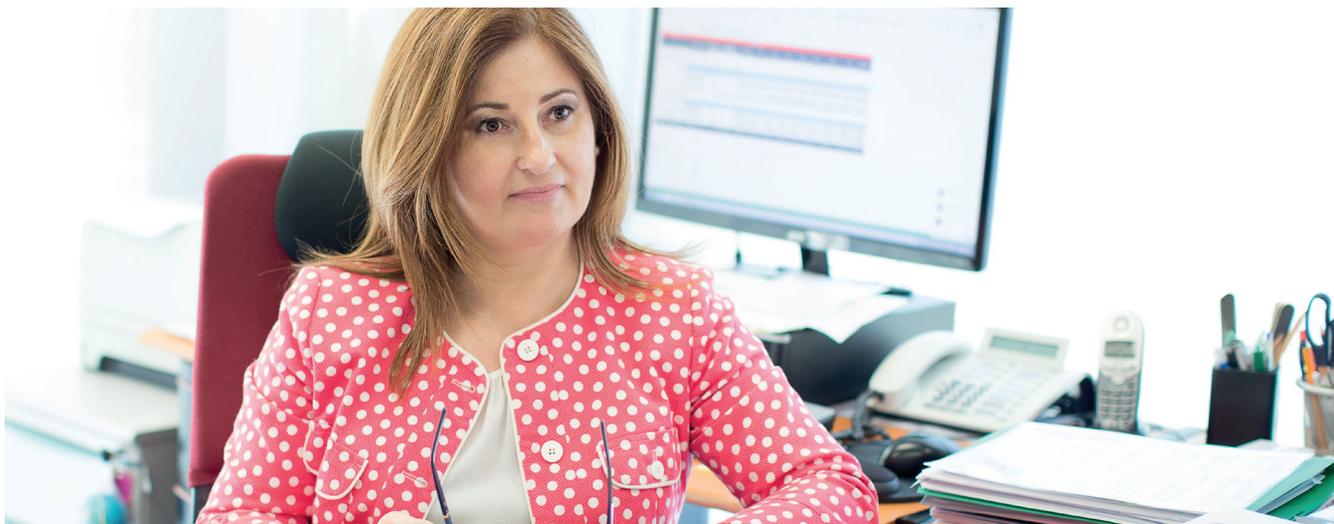


A large, stylized number '18' is formed by overlapping semi-circles. The top-left corner of the '1' is a white quarter-circle containing the number '18' in red. The rest of the '18' is composed of semi-circles in various shades of red, creating a layered, geometric effect.

18

PROGRAMA VIAGALICIA



ROSA EGUIZÁBAL | DIRECTORA DE PROMOCIÓN ECONÓMICA EN CZFV Y RESPONSABLE DE VIAGALICIA

“En todas las ediciones hay proyectos que buscan la diferenciación a través de la implementación de nuevas tecnologías”

VIAGALICIA

El programa de aceleración ViaGalicia, promovido por la Zona Franca de Vigo y la Xunta de Galicia, da soporte y asistencia en su fase inicial a emprendedores y empresas que cuentan con proyectos innovadores, acelerables y con capacidad de crecimiento a través de un amplio programa de formación, mentoring, coworking y financiación.

¿Cuál es la valoración de la sexta edición de ViaGalicia?

Estamos muy contentos y satisfechos con la aceleradora; creemos que la impresión que se percibe de nosotros es muy positiva, ya que somos la única aceleradora generalista de toda Galicia, lo que significa que admitimos proyectos de todo tipo de sectores. Desde que empezó ViaGalicia han aparecido otras iniciativas de aceleración que con muy buen criterio son sectoriales, pero nosotros cubrimos un espacio muy necesario con aquellos proyectos que no pertenecen a un sector concreto o que sirven para todos.

¿Cuáles son las principales características que destacan de los proyectos seleccionados?

Todos los proyectos tienen que cumplir cuatro características básicas: ser innovadores, invertibles, escalables y tener relevancia. Para nosotros la innovación es un concepto abierto y

cualquier proyecto que la incorpore con respecto a lo que se está haciendo en el sector es innovador, no solo los que son de base tecnológica. Todos son invertibles, es decir, tienen la capacidad de devolver con creces el dinero que se invierte en ellos. Deben tener cierta escalabilidad y ser acelerables, es decir, capaces de conseguir un producto mínimo viable y testarlo en el mercado durante el tiempo que dure el programa. Además, nosotros incluimos un término a mayores: tienen que ser relevantes, es decir, queremos que contribuyan al desarrollo de la economía gallega, porque somos una aceleradora pública y buscamos que aporten algo, desde puestos de trabajo cualificados a dar valor a un sector estratégico.

¿Qué tienen que saber las empresas que quieran participar en próximas ediciones?

Tienen que pensar que nos puede

servir cualquier tipo de proyecto, independientemente del sector, el grado de madurez o la tipología. Incluso aunque sea un proyecto de un sector que no está implicado directamente en la economía de Galicia también los seleccionamos, por ejemplo, el sector aeronáutico. Desde hace años abrimos una serie de plazas para este sector porque nosotros, además de ayudar a nuestro tejido empresarial, lo que queremos es contribuir a que nuestra economía se diversifique, y para ello tiene que haber nuevas iniciativas. Lo que tiene que pensar el emprendedor es que ViaGalicia es una aceleradora vinculada al mercado. Nosotros, en cuanto empezamos a trabajar con los proyectos, promovemos que de forma rápida se pruebe su viabilidad. Además, damos un paquete completo, incluso financiación, y ponemos en mano de cada proyecto 125.000 euros (parte a fondo perdido y parte en préstamo participativo),

“Además de ayudar a nuestro tejido empresarial, lo que queremos es contribuir a que nuestra economía se diversifique”

asignamos un tutor especialista, facilitamos una buena fuente de contactos, potenciamos actividades de networking y tenemos acuerdos con muchos agentes que abren puertas especiales a nuestros emprendedores.

¿Qué valor aporta a las empresas participar en ViaGalicia?

Todos hablan de la formación, el espacio, pero hay algo que es común para todos: aporta visibilidad, un intangible muy importante para un proyecto que empieza. La repercusión en medios de comunicación y decir que tu proyecto forma parte de ViaGalicia aporta un refuerzo importante en las acciones comerciales.

¿Qué papel desempeñan la innovación y las nuevas tecnologías en el desarrollo del programa?

Son fundamentales; de hecho, hay proyectos que llegan a ViaGalicia buscando ese input. Si nos fijamos, a lo largo de todas las ediciones hay proyectos muy tradicionales que lo que buscan en nosotros es ese punto de diferenciación a través de la implementación de nuevas tecnologías. Además, los tutores se preocupan mucho por ayudarles en el posicionamiento de su actividad a nivel digital, de telecomunicaciones o en las redes sociales.

¿Qué balance se puede hacer de esta edición de ViaGalicia?

Lo que llama la atención de esta edición, en general, es que los proyectos están más maduros. Ya tienen un camino recorrido, y ya tienen métricas con las que analizar sus resultados. En otras ediciones los proyectos estaban en fases más iniciales.

¿Y del programa en general?

Estamos satisfechos. Ahora estamos reorientando las actividades que realizamos para promover mucho más la digitalización, ya que hasta el mo-



mento eran todas presenciales y nos apoyamos mucho en el networking.

¿Cuáles son los próximos retos a los que se enfrenta el programa?

Estamos trabajando en dos retos. El primero de ellos es enfocarnos hacia la digitalización en general del programa y, el segundo, es darnos a conocer para llegar a nuevos proyectos de otras áreas geográficas. Tenemos mucha experiencia y una mochila muy grande de aciertos y errores; por eso, estamos en continuo trabajo de mejora y debemos destacar el extraordinario nivel relacional y de colaboración que tenemos con la Xunta de Galicia.

¿Y qué tendencias identifican en el ámbito del emprendimiento?

El emprendimiento no es una cosa nueva, y lo que tenemos que preguntarnos es hacia dónde evolucionan las iniciativas que intentamos apoyar; somos nosotros los que tenemos que evolucionar. Tenemos que replantearnos cómo apoyamos

el emprendimiento porque es de donde sale la diversificación y hace que una economía sea competitiva, sostenible y que se pueda hacer fuerte frente a las crisis.

¿Cómo cree que va a influir el nuevo contexto económico derivado del Covid-19 en la utilidad del programa para próximas ediciones?

Soy muy positiva y creo que tenemos que aprender de ello. Es curioso, porque durante estas semanas estamos teniendo muchas consultas de emprendedores a los que les han surgido ideas de proyectos aprovechando la crisis. De todos modos, tenemos que pensar que sea por esta o por otra situación, nuestros entornos y formas de trabajar o comprar están cambiando. Tenemos que destacar que los consumidores van a buscar más el producto de proximidad, van a comprar más en internet, y este cambio de comportamiento va a suponer un cambio de tendencia y, por lo tanto, de la tipología de proyectos de emprendimiento que van a surgir.



LA ACELERADORA REFERENTE GALLEGA QUE HA PROMOVIDO LA CREACIÓN DE 410 NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO DESDE SU INICIO |

Desde el inicio del programa en el año 2013, se han analizado 1.268 ideas de negocio; de ellas, casi 200 han pasado por la fase de Academia, un periodo de siete semanas en las que, acompañados por tutores especialistas, desarrollan todas las áreas de negocio y finalizan la fase con un plan de negocio. Es en ese momento, cuando se seleccionan los proyectos que van a continuar con el proceso de aceleración, y en el que ya han participado un total de 79 iniciativas que se han constituido en empresas, han generado 410 nuevos empleos y han invertido en ellas más de ocho millones de euros.



Detrás de esta nueva herramienta tecnológica está un completo equipo de profesionales.



ALiCE Biometrics aporta una solución de identificación que permite la verificación a través de la toma de imágenes de los documentos de identidad y fotografías de forma segura.

La transformación digital se desarrolla a un ritmo imparable y para ello se demanda una mayor seguridad y control que evite el fraude. “Esta solución encaja muy bien con la economía digital actual en la que se necesita comprobar tu identidad para validar muchos de los procesos online”, explica Mikel Díaz de Otazu, CEO de ALiCE Biometrics, la primera spin-off del Centro Tecnológico Gradiant, que ha desarrollado una aplicación para la verificación de identidad online segura.

Constituida en 2019, nace con el objetivo de comercializar una solución de verificación biométrica de identidad que permita realizar el proceso de registro de nuevos clientes 100% online, cumpliendo la legislación KYC/AML, aumentando la tasa de conversión y minimizando el fraude.

“Uno de nuestros valores principales es la seguridad con la que desarrollamos el servicio porque, en un momento en el que se roban grandes cantidades de datos personales muy pocas empresas pueden garantizarla”, afirma Mikel, a la vez que simplifican

La spin-off que revoluciona el mercado con su tecnología facial

los procesos para dar de alta a tus clientes de una manera segura.

Herramientas contra el fraude

Una de las mayores preocupaciones de las grandes compañías es mantener la seguridad en sus procesos con datos y evitar los fraudes o suplantaciones de identidad. Para ello nació ALiCE Biometrics, que permite “verificar que el cliente es quién dice ser, y de esta forma darle acceso a los servicios o productos que desea contratar”.

Entre sus características destaca la reducción del tiempo de aceptación y verificación, consiguiendo hacerlo en unos segundos, con lo que ese usuario puede tener acceso a lo que solicita y sin perder la compra. Además, detecta automáticamente el fraude online asegurando cada paso con inteligencia artificial y cumpliendo con la regulación mundial como AML y KYC, integra soluciones para el reconocimiento facial, detección de vida para evitar suplantación de identidad, lectura automática de documentos y herramientas de seguridad documental.

El funcionamiento de este servicio por parte de las empresas es sencillo y se realiza en tres pasos: el primero

es la verificación del documento de identidad capturando su contenido. A continuación, se hace una verificación facial comparando la foto del documento de identidad con un selfie y realiza una prueba de vida pasiva. Por último, genera el perfil detallado del nuevo usuario conectándose con las bases de datos públicas y privadas.

Plan de desarrollo tecnológico

Entre sus próximos objetivos está convertirse en una referencia dentro del mercado español, para después dar el paso a nivel internacional. Gracias a su participación en ViaGalicia se han estado preparando con “muy buenos profesionales” para las siguientes fases de expansión. También les ha aportado la oportunidad de “asentar las bases con calma y orientando la estrategia para conseguir esa consolidación”, indica Mikel.

Otras de sus prioridades es el desarrollo tecnológico de la solución creando líneas que refuercen el automatismo y la seguridad. Además, quieren “seguir mejorando la tasa de conversión para procesos de nuevas altas de usuarios y ayudar a grandes empresas a completar procesos de forma segura”, concluye.

RÁPIDO CRECIMIENTO | La herramienta digital que evita la suplantación de identidad que ha puesto en marcha ALiCE Biometrics ha permitido a sus clientes realizar más de 20.000 verificaciones mensuales, aumentando la seguridad de sus procesos.



Anduriña 25 revoluciona el sector implementando mejoras de diseño y seguridad.



Anduriña 25 supone un avance sustancial con respecto a sus competidores, ya que mejora considerablemente la seguridad, la autonomía y la capacidad de carga.

Después de años de investigación y pruebas, Anduriña 25 ya es una realidad. Se trata de la primera aeronave híbrida con capacidad de despegue vertical, gran autonomía y capacidad de carga. El desarrollo de este nuevo modelo lo ha llevado a cabo la empresa Soluciones Aeronáuticas de Galicia (SAEGA) dedicada al diseño y fabricación de vehículos aéreos no tripulados capitaneada por Pedro Outón, ingeniero de diseño de estructuras con experiencia en el sector aeronáutico, y Óscar Piñeiro, director comercial y de desarrollo de negocio en el sector de las energías renovables.

"Hemos trabajado mucho para crear un dron que mejora la autonomía, la seguridad y la capacidad de carga en comparación con lo que hay en el mercado; además tiene capacidad de despegue vertical", remarca Óscar. El proyecto nace en el 2016 con el objetivo de mejorar las características y ampliar los usos de estas nuevas aeronaves que incluían la capacidad de aterrizaje y despegue vertical, cuyo crecimiento estaba limitado por la escasa autonomía de los drones multi-copteros de la época.

La primera aeronave eléctrica y ultraligera con ADN 100% gallego

Innovación sostenible

Anduriña 25 cuenta con un nuevo diseño estructural y aerodinámico innovador que le permite volar en condiciones fiables y seguras sin poner en riesgo ni la integridad de la aeronave ni la carga que lleve. Ha sido diseñado para el transporte de múltiples cargas de pago, y cuenta con un considerado aumento de la autonomía, el alcance y la capacidad de carga, con respecto a los drones existentes en el mercado, todo ello mejorando la estabilidad y seguridad.

En un momento en el que la industria aeronáutica gallega no para de crecer, SAEGA solicitó la patente de este modelo, en el que se combinan los últimos avances tecnológicos en lo que se refiere a la fabricación en material compuesto, eficiencia aerodinámica y optimización de la estructura para conseguir una mayor ligereza.

"Está pensado para todos aquellos operadores, institucionales o civiles, que realicen misiones de medio y largo alcance", indica Óscar, como pueden ser envío de paquetería, apoyo a emergencias, mantenimiento de líneas de alta tensión, control de incendios, operaciones militares o para la búsqueda de personas en tierra y

mar en situaciones de emergencia. Esta aeronave incorpora una planta motriz con ocho motores eléctricos de alta eficiencia, además de una controladora de vuelo de última generación con triple redundancia y sistema de comunicaciones y hardware de misión integrados, un sistema de baterías inteligente y muchas otras novedades.

Sector en crecimiento

Formar parte de la sexta edición del programa ViaGalicia les ha permitido adquirir nuevos conocimientos relacionados con el mercado actual y la comercialización de la aeronave.

"El programa ha supuesto un crecimiento brutal y nos permite adelantar plazos con lo que a principios de 2021 estará disponible en el mercado", confiesa Óscar.

El proyecto se encuentra en fase de fabricación de los prototipos y realización de pruebas de vuelo, en las instalaciones del Centro de Investigación Aeroportada (CIAR) de Rozas. El Anduriña 25 será presentado oficialmente al público en una de las ferias más importantes del sector, el foro internacional UNVEX 2020, que este año se celebra en Santiago de Compostela.

SECTOR EN CRECIMIENTO | El mercado global de drones alcanzará los 100 billones de dólares americanos en el año 2020, de los cuales 70 billones son para el sector militar y 17 billones para el sector de drones profesionales.



La aplicación permite guardar todos los recuerdos y experiencias de vida.

envita

Envita es una herramienta online que permite empoderar a personas mayores generando un espacio para dar valor a sus experiencias vitales.

Envita es la plataforma digital española que permite hacer una recopilación online de historias, aprendizajes, fotos, actividades diarias y deseos de personas mayores. Busca trascender el legado de toda la vida para trasladarlo a un libro y poder contar quién eres y cómo has llegado a ese punto. El equipo está formado por Noelia López, Fran Martínez, Ricardo Fra, Roberto Ferreras y Lucía Saborido, profesionales con años de experiencia en la innovación y en la gestión del ámbito de la atención a personas mayores.

Parten de la premisa de que lo que no se guarda se pierde, motivo por el que decidieron crear una herramienta que apueste por conocer a las personas para empoderarlas y dar la opción de que puedan dejar su legado. Para ellos es importante trasladar que "es posible entender, ver y comprender a las personas mayores como el gran valor de esta sociedad y al crear este tipo de herramientas estamos ayudando a ese cambio." Además, son procesos con una alta generación de emociones; "algunas personas ya nos han dicho que gracias a Envita podrán ense-

Historias de vida para ganar la batalla al olvido

ñarles a sus hijos cómo eran sus abuelos", remarca Noelia.

Atención centrada en las personas

La creación de la herramienta digital parte de la base de la metodología de proyecto vital, convirtiéndose en una nueva herramienta destinada a tres campos de actuación. El primero es el promover el envejecimiento activo recopilando la historia familiar en un hermoso libro en formato digital o impreso que servirá de legado para futuras generaciones. Otro ámbito es en las residencias de mayores con el objetivo de que sirva para aplicar la denominada atención centrada en la persona. De esta manera, se incorpora la historia y el proyecto de vida a la historia clínica y social, consiguiendo situar a la persona en el centro de todos los procesos organizativos. "Se trata de desarrollar una visión integral que impulsa la empatía y la conexión entre profesionales, personas mayores y familias", traslada Noelia.

El tercer campo de actuación es el de las personas con demencia. Envita refuerza la identidad de la persona y sirve de apoyo en el cuidado familiar o profesional, ya que per-

mite preservar recuerdos en forma de historia, imagen o música, añadir actividades y rutinas diarias de bienestar, así como ser un planificador de deseos.

Dar valor a las historias de vida

Ofrecer una alternativa para que los mayores puedan expresarse y contar sus vivencias es la idea de la que parte esta empresa con vocación de crecimiento y de crear impacto social a nivel nacional e internacional. Una parte importante de este desarrollo se lo deben a ViaGalicia, ya que les ayudó a concretar una nueva estrategia empresarial de crecimiento y un nuevo modelo de negocio.

Sobre la mesa tiene varios proyectos en colaboración con otras entidades, entre ellas, el programa de desarrollo personal para el envejecimiento activo Historias Vividas con Afundación, que facilita compartir y plasmar recuerdos para dejar como legado emocional. Entre sus retos está seguir con el desarrollo de la plataforma e ir añadiendo nuevos servicios que pueden cambiar la experiencia del usuario como es incluir la voz humana.

LETRAS CONTRA EL OLVIDO | Durante la fase de testeo de esta plataforma online participaron 100 personas mayores que junto con sus familias dieron forma a sus historias de vida y, más de la mitad, lo trasladó a un libro físico.



Los menús realizados con alimentos naturales aportan todos los nutrientes que necesita cada perro.



Esta empresa de Vigo es pionera en elaborar planes nutricionales para perros usando exclusivamente alimentos naturales y teniendo en cuenta sus necesidades reales.

Con un año en el mercado, Frankie The King se ha situado como la primera empresa en el sector del *fresh pet food* para perros en España. Desde su sede en Vigo elaboran comida real cocinada para perros con envío a domicilio y que distribuyen a toda España.

“Nos dimos cuenta de que el pienso era prácticamente la única solución que existía en el mercado para alimentar a los perros y nos preguntamos porque los humanos pueden comer comida de verdad y los perros no”, cuenta Javier Estévez, que, junto a Joaquín Rodríguez, son los fundadores de Frankie The King. De este modo, surgió la idea de crear un servicio para mejorar la calidad de vida y la alimentación canina.

Su principal característica es que evalúan las necesidades reales nutricionales de cada uno de los perros en función del tamaño, la raza, las alergias, la edad o la actividad física, con lo que garantizan que en sus menús se incluyan los aportes nutricionales correctos. Ofrecen un plan para alimentar a los perros con recetas de comida natural cocinada y formulada por nuestra veterinaria experta en nutrición cani-

Alimentación natural y “casera” para mejorar la salud de los perros

na. En definitiva no se trata ni de pienso, ni comida en lata, ni deshidratada, sino comida cocinada, como en casa.

Pioneros del sector en España

Para Frankie The King es fundamental elaborar comida natural, de mucha mayor calidad que el pienso, lo que supone una mejor salud y más felicidad tanto para el perro como para su dueño. En sus recetas usan proteínas de alta calidad, ingredientes de proximidad, sin gluten y sin colorantes ni conservantes. Una vez elaborado el menú con comida natural, se congela y se envía al cliente en cualquier punto de España. A esto se le suma un servicio de asistencia nutricional en la que todos los clientes, además de recibir un plan acorde a lo que su perro necesita, disponen de una veterinaria especializada para cualquier consulta nutricional.

Javier incide en que “la mayoría de las marcas de piensos y otros productos dan una recomendación muy general sobre las dosis recomendadas; nosotros usamos nuestro algoritmo para determinar el número exacto de calorías que debería tomar”. De este modo el perro va a tener exactamente lo que su cuerpo necesita y hay una mejora sustancial en su salud.

Plan de crecimiento

El programa de aceleración de empresas de ViaGalicia les ha aportado la formación necesaria para ajustar su modelo de negocio, además de ser una oportunidad de financiación para ampliar su capacidad de llegar a más clientes.

En este sentido, entre los próximos objetivos para crecer contemplan desarrollar una nueva estrategia de marketing y captar talento para aumentar el número de miembros del equipo, que actualmente son seis. Aunque, sin duda, la apuesta más fuerte pasa por invertir en un proceso de industrialización de todo el proceso y absorber todos los procesos de elaboración, ampliando la logística de congelado sin depender de proveedores.

Ampliar el servicio con una nueva línea de comida para gatos y elaborar snacks saludables son otros de sus objetivos. Además, día a día trabajan fomentando la educación nutricional animal entre los profesionales y los dueños de perros. “Nuestros clientes ven como al poco tiempo de usar nuestro plan de alimentación sus perros mejoran en salud y en condiciones físicas, ya que buscamos el equilibrio nutricional”, afirma Javier.

GRAN DEMANDA | Mensualmente salen de sus instalaciones más de 3.000 kilos de comida, destinados a los más de 300 clientes recurrentes que tienen y que crecen a un ritmo del 20% al mes.



La monitorización garantiza el bienestar animal y ayuda a mejorar su calidad de vida.



Con el sistema desarrollado por Itechterm se pueden conocer diferentes parámetros de las vacas que dan información sobre su estado de salud y bienestar.

Itechterm es una compañía de innovación en salud, gestión y bienestar animal. A través de diferentes tecnologías extraen y dan valor a los datos que obtienen de los animales, en este caso vacas, con el objetivo de mejorar la rentabilidad y el bienestar de las explotaciones ganaderas. Sus fundadores, Elio López, veterinario y ganadero, y Daniel Pardo, ingeniero informático, conocen muy bien un sector en el que la introducción de la tecnología es muy importante para su modernización. Para completar el equipo y, tras conocerlo en ViaGalicia, se suma Daniel Rizo.

En las explotaciones con muchas cabezas de ganado es complicado poder dar una atención individualizada a cada animal y también "es muy importante adelantarte a posibles patologías y poder atajarlas antes de que se compliquen", explica Elio, que señala que también hay una mayor demanda por parte de los consumidores de conocer las condiciones del bienestar de los animales. Su modelo de negocio se basa en ofrecer un servicio de software en el que se proporcionan los collares, las

Innovación e inteligencia artificial para monitorizar al ganado vacuno

antenas, un dashboard de monitorización y una aplicación móvil donde el ganadero podrá ver la situación actual de su rebaño.

Investigación y desarrollo para el sector primario

El sistema se desarrolla mediante un sensor subcutáneo y un collar que permite detectar situaciones fisiológicas o enfermedades antes de que estas aparezcan. Para ello se monitorizan las actividades de los animales como el tiempo que caminan, comen, descansan, los partos o etapas de celo, la temperatura corporal o incluso situaciones de estrés ante el ataque del lobo.

Se trata del primer sistema en España de monitorización de ganado que aporta tanta información en tiempo real y que permite personalizar las alertas. Además, su bajo coste permite que sea accesible a todo tipo de ganaderos interesados en mejorar el bienestar animal.

Uno de los principales retos era mejorar el sistema de alimentación eléctrico para eliminar las baterías. Lo consiguieron con la instalación de pequeñas placas solares que garantizan el suministro eléctrico y que

el empresario no tiene la necesidad de cambiar cada cierto tiempo. Otro de sus valores es la geolocalización en tiempo real de cada uno de los animales, además de que es aplicable a cualquier modelo productivo, ya sea intensivo o extensivo.

A la conquista de nuevos mercados

Participar en ViaGalicia ha supuesto un importante impulso para desarrollar el proyecto más rápido, ofreciéndoles la oportunidad de acortar los plazos para implantarlo en el mercado. "El programa nos ha posibilitado acceder a formación de alta calidad que nos permite ser más profesionales y contar con la financiación para poder estar dedicados 100% al proyecto, además de encontrar un nuevo socio fundamental para el desarrollo tecnológico", confiesa Elio.

Su principal objetivo es mantener la buena acogida que está teniendo y consolidarse en el mercado nacional. El primer paso es empezar por Galicia, con unas 400.000 cabezas de ganado, de las que más de 90.000 son de pastoreo. A esto le seguirían zonas con un número alto de cabezas de ganado extensivo como puede ser Andalucía.

SALUD Y BIENESTAR ANIMAL | Antes de comercializarlo, ya contaban con un precontrato de 600 ventas y cerca de 9.000 ventas en negociación de un sistema que, en un futuro, esperan poder ampliar al ganado ovino y caprino.



Sus accesorios de lactancia se realizan en silicona antibacteriana para garantizar la seguridad del bebé.



Es la primera marca española que cuenta con las certificaciones europeas necesarias para comercializar el collar de lactancia y el chupete-ro-mordedor elaborados con silicona antibacteriana.

A César Álvarez y Jenifer López les cambió la vida cuando tuvieron a su primera hija y no solo por la llegada de un nuevo miembro, sino porque les permitió descubrir una necesidad para la que el mercado aún no tenía respuesta: los accesorios de lactancia.

Mami me Mima fue la primera empresa en crear y comercializar los collares de lactancia que relajan al bebé y a la vez estimulan su vista y tacto mientras se están amamantando, aunque no es lo único. Desde el año 2017 también fabrican y diseñan mordedores, chupeteros y sonajeros personalizados en silicona de grado alimentario libre de BPA para que se puedan usar para calmar las molestias de la dentición de los bebés. La innovación llega incluso a las bandanas que llevan integrado el mordedor y el chupete-ro que se puede personalizar.

Con el aumento de la demanda, lo que empezó como una venta en exclusiva a través de las redes sociales, se convirtió en el año 2018 en un producto de moda y por el que se

La empresa gallega que revoluciona el sector de la puericultura

interesaban tiendas especializadas y farmacias de toda España.

Productos certificados

En Mami me Mima la seguridad de los bebés es un pilar fundamental, por eso todos sus productos están certificados con todas las normativas de seguridad europea, con el fin de hacerlos aptos legalmente para la venta y que todos los bebés estén 100% seguros con ellos. De este modo, se someten a exhaustivos controles de calidad para obtener dichos certificados.

Para César, por encima de todo, está "la seguridad de los bebés, la calidad de las materias primas que empleamos para crear los diferentes productos y la tranquilidad de los padres cuando los usan".

De este modo, participar en la sexta edición del programa de ViaGalicia de la Zona Franca de Vigo les supone una mejora de conocimientos obteniendo un nuevo enfoque que les permite ser más competitivos y centrarse en el crecimiento a medio plazo.

Crecimiento online

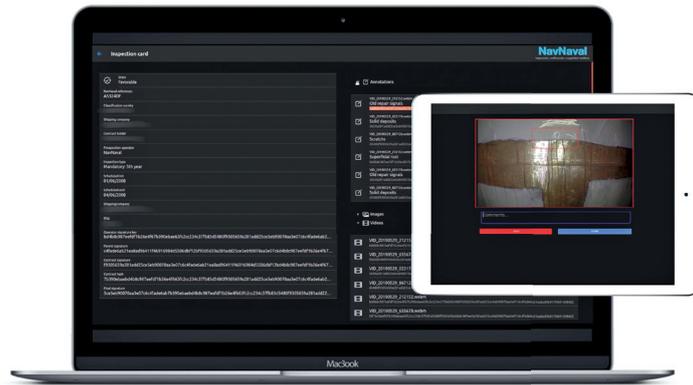
"Nos dimos cuenta de que nuestros

productos se compran mucho para regalar", señala César, motivo por el que decidieron completar el catálogo online enfocándolo a regalos para otros miembros de la familia como abuelos y tíos y la elaboración de canastillas de recién nacido personalizables. La clara apuesta por el ámbito online tuvo buena acogida en el mercado, ya que en el año 2019 superaron los más de 25.000 pedidos realizados exclusivamente a través de su página web.

Entre los próximos objetivos de Mami me Mima está la apuesta clara por seguir mejorando su estructura y reforzar su presencia digital, teniendo en cuenta que las ventas online han aumentado algo más de un 40% con relación a las mismas fechas de 2019.

Otra de las prioridades que tienen sobre la mesa es ampliar y consolidar su presencia en establecimientos físicos como las farmacias o las parafarmacias. Del mismo modo, otra de las ventajas más apreciadas por los clientes de la empresa de Ordes, creadora de los collares de lactancia y los sujeta-chupetes mordedores, es la posibilidad de personalizar cada uno de los productos.

PIONEROS DEL SECTOR | Ser los primeros en un sector tiene sus ventajas e inconvenientes, y con una puntuación de 4,9 sobre 5 en más de 4.500 opiniones verificadas o las más de 30.000 unidades de chupete-ro-mordedores vendidas en el 2019 confirman la gran acogida en el mercado y avalan la seguridad y la calidad de los productos que fabrican.



Con este sistema se permite una mejora de la transparencia en los procesos de certificaciones.

NavNaval

Inspección, certificación y seguridad marítima.

Desde Ferrol desarrollan tecnología diseñada para el sector industrial mediante robótica, aeronaves no tripuladas y procesamiento de datos.

El sector naval cuenta con un nuevo servicio de comunicación y certificación a través de una plataforma de servicios de inspección, certificación naval y trazabilidad de datos denominada NavNaval. Se trata de un nuevo proyecto puesto en marcha por Carlos Núñez y José Alejandro Silvestre, fundadores de Intuitbit, una empresa que implementa tecnologías avanzadas para mejorar los servicios en el sector industrial y creando beneficio social.

“Tenemos nuestra sede en Ferrol y queremos demostrar que siendo una iniciativa que nació pequeña, podemos aportar soluciones importantes, activando el movimiento empresarial en un sector reacio a introducir tecnologías que les obligan a ser más transparentes”, explica Carlos, que incide en que su misión es ofrecer herramientas para generar transparencia a través de los datos recogidos con garantía de que la información es un valor y fluye de la manera correcta.

A la conquista del sector naval

NavNaval es un servicio de digitalización y certificación de inspecciones industriales que, basado en el trabajo con drones con sensores de

Solución innovadora para la certificación de inspecciones navales

medición, fotogrametría y otras herramientas tecnológicas de alta precisión, ahorra tiempo y dinero.

Actualmente para poder operar y transportar mercancías, los buques tienen que pasar por revisiones para cumplir con las altas exigencias de regulación, además de tener en cuenta el hecho de que obtener esta certificación de operaciones, seguridad y riesgos implica un alto coste económico y de tiempo. Para darle solución, se pone especial cuidado en los informes que contienen el volcado de los datos obtenidos y que se entregan al cliente en una plataforma que implementa tecnología blockchain para garantizar la trazabilidad de los procesos, la inmutabilidad y la certificación de la información más relevante.

Por este motivo, uno de sus principales valores agregados es el ahorro en costes de mantenimiento, servicios relacionados a inspecciones y la digitalización de una cantidad ingente de documentación que se genera a la hora de realizar los trabajos antes mencionados.

Seguridad y transparencia

En este sector lo más complicado

es poder transformar y educar a los clientes en la forma de interpretar cómo se capturan y representan los datos. “La seguridad de la información es la prioridad número uno de todas las compañías que están empezando a digitalizar sus procesos industriales”, en palabras de José Alejandro.

El participar en el programa ViaGalicia les permite conocer diferentes profesionales con los que han podido acabar de definir algunas de las áreas en un campo de negocio que desconocían. “Hubo un antes y un después, tuvimos que desaprender para volver a aprender y sacar el máximo partido a este proyecto”, afirma Carlos.

José Alejandro incide en la idea de que “aportamos una solución para que las compañías implementen tecnología que les ayude a ahorrar costes, les ofrezca una herramienta para aumentar su rentabilidad y la optimización de sus operaciones”, otorgando un entorno seguro e inmutable de todos los procesos industriales. Este equipo de trabajo se ha propuesto aportar nuevas soluciones para el entorno industrial y medioambiental en el que ya llevan trabajando desde hace años.

REDUCCIÓN DE COSTES Y TIEMPO | NavNaval ofrece a sus usuarios una mayor disponibilidad operativa y disminución de los riesgos laborales, al mismo tiempo que se reducen los costes de inspección en un 75% y hasta un 70% en los tiempos.



Apuestan por un diseño moderno y atractivo para adaptarse a los gustos de los nuevos consumidores.

**SANGRÍA
REPUBLIC**
CRAFTED IN SPAIN

Tres sabores únicos de sangría realizados con los mejores ingredientes naturales y destinados a conquistar el público internacional gracias al programa ViaGalicia.

Sangría Republic nace con el objetivo de modernizar un clásico de las bebidas españolas, la sangría, creando nuevos sabores, apostando por un diseño atractivo y añadiendo la materia prima necesaria para conquistar el mercado internacional. Esta idea nació de un curioso descubrimiento en la normativa europea que protege el término "sangría" y que solo permite esa denominación para la bebida producida en España y Portugal.

Sus fundadores, David Martínez y Dominic Lombard, ambos con amplia experiencia en el sector de las bebidas, destacan las posibilidades del mercado internacional, ya que en España se envasan más de 40 millones de litros de sangría al año, de los que el 65% se exporta principalmente al mercado europeo y norteamericano.

Join the republic es una de sus frases de cabecera que traslada muy bien la filosofía empresarial de Sangría Republic: vivir el presente, disfrutar de la vida y alargar el ambiente de verano durante todo el año.

Sabor e innovación para revolucionar la bebida clásica española

Innovación

Adaptarse a los consumidores actuales es una de las máximas de esta empresa, que nació con la clara idea de convertirse en la marca de sangría referente en Europa. Para ello Sangría Republic hace una apuesta firme por la innovación en la creación de nuevas recetas que permiten conseguir sabores únicos, con productos certificados para veganos y de muy alta calidad. Han conseguido que sea la única sangría con burbujas y artesanas "crafted in Spain".

Sangría Republic destaca por un diseño actualizado y la intención de provocar experiencias que no pasen desapercibidas a los consumidores y que nos recuerden a las tardes de verano, playa y fiestas con los amigos, momentos inolvidables acompañados por una bebida refrescante, con sabor y poco alcohol. "Estamos aquí para romper los estereotipos relacionados con la sangría, la apariencia por fuera tiene que ser muy atractiva, pero lo que está dentro es fundamental para alcanzar el éxito", afirma David.

Sabores únicos

Naranja & Canela; Yuzu, Flor de Ja-

maica & Vainilla; o Pomelo, Quinina y Enebro son los tres sabores creados y patentados por esta empresa gallega. Para llegar a este punto, realizaron un intenso trabajo de creación y testeado de diferentes productos naturales hasta llegar a la combinación perfecta. La base de esta sangría es el vino blanco y tinto, al que se le suman los mejores ingredientes naturales, endulzados únicamente con zumo de uva natural.

Para que se aprecien todos los matices aromáticos se recomienda tomarla muy fresca, recién salida de la nevera o con hielo y, han descubierto que puede ser la compañía perfecta para crear cócteles.

El participar en ViaGalicia, además de sentar las bases para crear un proyecto sólido y duradero, les ha confirmado que su fuerte apuesta empresarial para dar valor y recuperar la sangría bien hecha, pero con un enfoque moderno, adaptándose al paladar de los consumidores actuales, y orientándose principalmente a los mercados internacionales, tiene todos los ingredientes para convertirse en los próximos referentes del sector.

MARCA GLOBAL DE SANGRÍA | Actualmente, podemos encontrar su producto en grandes superficies en España, en locales de Ibiza e Islas Canarias, y a nivel internacional cuentan con puntos de venta en una de las principales cadenas de supermercados de Reino Unido y próximamente entrarán en el mercado de EE. UU. y de Indonesia.



La aplicación cuenta con una gran variedad de servicios para interactuar.



Su diseño y sus funcionalidades están pensados para convertirse en la revolución de los bares y conectarlos con sus clientes en un país que es potencia mundial en hostelería.

Tappear: Drinks & Tapas es una aplicación móvil participativa diseñada para ayudar a la gente a encontrar sitios cercanos donde tomar algo y, a la vez, que conozcan las localizaciones donde se venden sus marcas o productos favoritos. La aplicación nace de la mano del Miguel Perille y Nuria Domínguez, a los que se suman más tarde Álvaro Rodríguez y Jorge Ardá de la empresa socia Quadram, con el objetivo de ofrecer al usuario una experiencia completa alrededor del mundo de las tapas y los bares, y ofreciendo la posibilidad de tener una herramienta de gestión para los locales.

La idea surgió en el 2017 cuando Miguel y Nuria desarrollaron otra aplicación dedicada exclusivamente a los bares gallegos que suelen acompañar la consumición con una tapa de cortesía. Fue una experiencia a pequeña escala y poca inversión con la que constataron la necesidad de crear una nueva app mucho más completa y potente.

Según Miguel, "uno de los valores principales es la gran cantidad de información de la que disponen los usuarios que les permite hacer una

La aplicación perfecta para encontrar los mejores sitios para tapear

mejor selección", y de la que resalta la especialización en todos esos establecimientos en los que se consume una caña, un vino o un refresco y acompañarlo con unas estupendas tapas o raciones.

Innovación y servicios

Tappear ofrece un servicio diferente a los tres ámbitos involucrados en el éxito de los bares. En primer lugar, a los clientes, que pueden encontrar bares que se adapten a sus necesidades específicas de un modo rápido y sencillo, de forma que manejen la información necesaria para acertar en sus salidas a tomar algo.

En segundo lugar, a los propios establecimientos, a los que se les ofrece una herramienta de gestión y un escaparate digital de su local enfocados a la captación y fidelización de clientes. A mayores, se ponen a su disposición informes y métricas basadas en los análisis digitales que les ayudan a que sus negocios crezcan.

Y, en tercer lugar, ofrece a las marcas una herramienta de geoposicionamiento y promoción de sus productos para que sus clientes puedan saber en qué bares próximos pueden encontrarlos.

La innovación y las necesidades de los consumidores se ven reflejados en esta aplicación que pone a su disposición una serie de servicios únicos con los que mejorar su experiencia en los bares.

Crecimiento exponencial

"El hecho de haber sido seleccionados para participar en el programa ViaGalicia nos ha permitido desarrollar toda la estrategia necesaria para iniciar la expansión a todo el territorio nacional y conseguir llegar a un mayor número de usuarios y establecimientos", explica Miguel.

Entre las prioridades para los próximos meses, destaca el seguir conectando con usuarios y bares que quieran sumarse a esta plataforma, lo que les permite aumentar la masa social en torno a su producto.

Además, otro de los ámbitos de proyección sobre el que están trabajando es el desarrollo de nuevas funcionalidades enfocadas a mejorar la experiencia tanto a usuarios como a bares. En esta línea, Tappear es la primera aplicación que dispone de un buscador exclusivo de marcas de cerveza, y que se ha convertido en uno de los servicios más valorado por los usuarios.

CIFRAS DE VÉRTIGO | Tappear: Drinks & Tapas acumula en menos de un año de funcionamiento más de 5.000 usuarios registrados, más de 2.600 usuarios activos al mes y más de 10.000 descargas de la aplicación.



Sus colecciones destacan por su enfoque ecléctico, contemporáneo y fresco.



THE PAINTER'S WIFE

La empresa gallega trabaja con proveedores y artesanos locales para desarrollar una producción sostenible y responsable con el medio ambiente.

The Painter's Wife surge de la ecuación perfecta entre Rosana A. Agrelo, una ejecutiva del mundo del arte y la moda; Josep Pintor, un experimentado veterinario; y Pepa, una perra abandonada que aparece en sus vidas en 2015 y que, por supuesto, deciden adoptar.

Es a partir de ese momento cuando se dan cuenta de lo complejo que resultaba encontrar accesorios para Pepa que se adaptasen a sus gustos y estilo de vida y que no la "disfrasesen" o la pusieran en peligro por la mala calidad de los materiales. Por ese motivo, en mayo de 2017, deciden poner en marcha este proyecto dedicado al lifestyle para mascotas y sus dueños. Lo hacen desde un enfoque ecléctico, contemporáneo y fresco, de modo que traslada al lifestyle canino la filosofía y las necesidades de los dueños de hoy en día.

La curiosa elección del nombre lo explica Rosana que dice que "es un particular homenaje a todas las mujeres brillantes que se esconden detrás de artistas de talento, muchas de ellas también artistas." La Historia del Arte del siglo XX ha dejado constancia de que el perro es un fiel compañero de

Un proyecto internacional dedicado al lifestyle para mascotas y sus dueños

mentes creativas, algunas descubiertas, otras todavía por descubrir.

Crecimiento en el mercado internacional

El principal valor de esta empresa es crear colecciones de muy alta calidad confeccionadas en talleres que trabajan para marcas de lujo con diseños adaptados a las necesidades físicas y reales de los perros. Además, han hecho un gran trabajo para introducirse en el sector como una marca e imagen diferente y teniendo muy claro el público al que se dirigen.

Cuentan actualmente con puntos de venta en Corea, Japón, Reino Unido, Alemania, Francia, Dinamarca, Suecia, Portugal, Hong Kong y Kuwait, lo que supone cerca del 90% de la producción total. En la actualidad, tienen la vista puesta en seguir apostando por la internacionalización y crecer en todos los países en los que tienen presencia, pero sobre todo entrar en el mercado norteamericano.

Participar en el programa ViaGalicia les ha dado las claves para enfocar el negocio a posibles inversiones y dar el paso de crecer ampliando su presencia en eventos del sector y los puntos

físicos de venta. Además, los datos de facturación de 2019 respaldan el trabajo bien hecho aumentando su crecimiento de ventas con respecto a años anteriores de forma constante.

Desde Galicia para el mundo

Comprometidos con Galicia, apoyan la industria textil local, desarrollando producciones sostenibles y respetuosas con el medio ambiente y desarrolladas por artesanos y proveedores locales. Sus artículos están realizados con las más selectas calidades, orientados a que sean funcionales y confortables para el animal, respetando sus necesidades y las de sus propietarios.

Además de las prendas para los perros, también tienen entre sus accesorios una colección de cerámica realizada por artistas y artesanos gallegos. A esto se sumará la próxima colección en la que están trabajando de correas, camas y textil, que esperan lanzar pronto al mercado.

Rosana tiene claro que una de las claves del éxito es la comunicación, ya que apuestan por diferenciarse del resto del sector y orientarse de forma clara al mercado de lujo y que las prendas representen los valores de la empresa.

PUBLICACIONES DE MODA | Vogue, Harper's Bazaar o Monocle, son algunas de las revistas más importantes de moda internacional que han elogiado en sus páginas los diseños de esta empresa de lifestyle que viste y crea accesorios para perros de todo el mundo desde Galicia.



Gran variedad de sabores elaborados con los mejores productos gallegos.

VERSOS

DE A RUDA
POSTRES GALLEGOS
DE LA CASA

Versos de A Ruda es la primera y única empresa en España en ofrecer un servicio de repostería fresca en raciones individuales para hostelería y eventos.

Dar valor y más importancia a la calidad y variedad de los postres en los restaurantes es una de las máximas de Rubén Outeda, fundador y autor de Versos de A Ruda, la primera empresa en crear postres artesanos, frescos y sabrosos en formatos individuales.

Con experiencia en hostelería, ya que gestionan A Taberna de A Ruda, conocen de primera mano lo difícil que es elaborar postres durante un servicio y lo complicado que puede resultar encontrar alternativas de verdadera calidad que simplifiquen el día a día del restaurante, complazcan al cliente y, por tanto, contribuyan al éxito del establecimiento. "Lo que queremos es que el hostelero se olvide del postre, que no suponga un mayor trabajo; nosotros nos encargamos de la variedad, el sabor y la calidad de sus postres", explica Rubén.

El principal valor de esta empresa es ofrecer una solución específica para hostelería y restauración, una línea de postres propia y diferente, con productos elaborados por ellos mismos en su obrador, sin aditivos ni

El valor de los productos frescos y sabores tradicionales

conservantes, con ingredientes naturales y materias primas de primera calidad, con recetas caseras y con el sabor de la cocina de siempre.

Innovación en el sector hostelero

En Versos de A Ruda se atreven a innovar desde la variedad de creación de postres hasta el formato y servicio que ofrecen.

Una de las características que llama la atención son sus envases, diseñados en dos formatos, individuales o para degustación, que no necesitan preparación alguna y están listos para servir directamente de una nevera-expositor que ellos también proporcionan al establecimiento. Con este formato garantizan la calidad y la seguridad de las elaboraciones manteniendo en buen estado el producto.

Otra de las peculiaridades es que para la configuración de la carta han tenido en cuenta la opinión de los clientes. De este modo, los postres artesanos han ido evolucionando según gustos y preferencias hasta tener elaboraciones que desatan grandes pasiones como son la tarta de la abuela, tarta de queso, tres chocolates, tiramisú o el de "sabor a tarta de oreo".

Ampliación de servicios

Ser una de las empresas seleccionadas para participar en el programa ViaGalicia les ha supuesto un importante impulso para seguir creciendo, además de la formación y nuevas pautas para sacar todo el rendimiento a la financiación que necesita una empresa para ampliar su capacidad productiva.

Entre los próximos proyectos de Versos de A Ruda está la creación y distribución de una nueva línea de producto para los próximos meses, y ampliar los servicios que ofrecen a los establecimientos de restauración.

"Nuestra idea en ser la solución integral para el hostelero, aportándole todo lo relacionado con el postre para que se olvide de esa parte y se centre en otros puntos del negocio", afirma Rubén. Esto incluye ampliar la gama de productos que ofrecen a sus clientes como pueden ser helados, frutas frescas y otras tartas.

Otra de las prioridades que tienen sobre la mesa es crecer en los mercados fuera de Galicia, y saltar al ámbito nacional comercializando sus productos en Madrid y Barcelona.

APUESTA POR EL SABOR | Versos de A Ruda se ha convertido en un referente del sector y así lo acreditan las 15 variedades de postres, las más de 500.000 unidades elaboradas en 2019 de postres frescos individuales y los más de 400 establecimientos con los que trabajan en Galicia.