



CREAlab
10 AÑOS



Ing. Agr. Gabriel Tinghitella
Responsable del Área de Innovación de CREA

Agradecimientos

A los emprendedores e integrantes de los equipos de las startups que pasaron por CREALab, especialmente a quienes participaron de este relevamiento. Su disposición para dedicar parte de su valioso tiempo, compartir información y reflexionar con apertura acerca de sus experiencias fue fundamental para elaborar un análisis honesto y riguroso del impacto del programa.

A quienes tuvieron la responsabilidad de coordinar las actividades de CREALab a través de los años: Nicolás Actis, Juan Reverendo y Damián Silva. Su compromiso, profesionalismo y dedicación fueron claves para sostener y hacer crecer el programa a lo largo del tiempo.

A Carolina Massa por su trabajo para identificar e impulsar el proyecto con BID Lab, un verdadero hito en lo que respecta a la potenciación y profesionalización del programa de incubación, así como en el fortalecimiento del equipo del Área de Innovación de CREA.

A BID Lab, en particular a Mariel Sabra, por haber confiado en CREA y por acompañarnos en una etapa que fue vital para la consolidación y el crecimiento del Área de Innovación y de CREALab.

Al equipo de EMPREAR, que aportó su experiencia y capacidades técnicas, contribuyendo a la evolución de CREALab desde un proceso inicial de mentorías hasta convertirse en un programa de incubación estructurado y profesional.

A los sponsors: su acompañamiento permitió sostener y potenciar el funcionamiento de CREALab, además de ampliar el abanico de oportunidades de desarrollo para los emprendedores y las startups que pasaron por el programa.

A los integrantes de la Unidad de I+D de CREA, que aportaron generosamente su tiempo, conocimientos y capacidades. Sus aportes fueron vitales para validar supuestos y fortalecer el desarrollo de los modelos de negocio, las propuestas de valor y las soluciones incubadas.

A los equipos de las demás unidades y áreas de CREA, que se involucraron activamente en acciones que permitieron visibilizar a las startups y sus soluciones dentro y fuera de la Red CREA.

A los equipos de coordinación de la Unidad de I+D en los últimos 10 años. Especialmente a Ricardo Negri, Federico Bert y Ariel Angeli, por su visión estratégica, su apoyo sostenido y el impulso institucional a lo largo del proceso de desarrollo del Área de Innovación de CREA y de CREALab.

A todos los socios que integraron la Comisión Directiva de CREA desde 2014 hasta la fecha, especialmente a los directivos de la Unidad de I+D. Su respaldo y compromiso permitieron sostener una apuesta a la innovación y el emprendedurismo que contribuyó a posicionar a CREALab y a CREA como un programa y una institución de referencia dentro del ecosistema *AgTech* argentino.

Finalmente, a todas las personas e instituciones que, de una u otra manera, directa o indirectamente colaboraron con esta causa a lo largo de estos 10 años. Cada aporte, grande o pequeño, contribuyó a construir un espacio de aprendizaje, intercambio y desarrollo que permitió potenciar emprendedores argentinos y fortalecer nuestro ecosistema de innovación agropecuario.

Prólogo

Hace poco más de una década, emprendedores tecnológicos con escaso o nulo contacto con el sector agropecuario que se encontraban desarrollando posibles soluciones para problemas y desafíos del agro comenzaron a acercarse a CREA. Querían saber si las soluciones en las que estaban trabajando tenían sentido, y si resultarían de utilidad para quienes debían enfrentar y resolver esos problemas y desafíos que ellos estaban abordando.

Por su parte, en CREA, un grupo de personas supo reconocer que detrás de esa demanda emergente estaba ocurriendo algo relevante. Y no se limitaron a observar. Tomaron esa inquietud, la compartieron internamente y, validación institucional mediante, comenzaron a dedicar tiempo a escuchar a los emprendedores, darles una devolución y facilitarles contactos que potencialmente podrían aportarles valor.

Fue una serie de actos simples pero significativos. A partir de esa decisión, CREA reconocía a los que luego se denominarían “emprendedores AgTech” como actores emergentes cada vez más protagonistas en el proceso de desarrollo de la nueva oferta de soluciones tecnológicas para el agro. Y, de manera decidida, definía acciones concretas para facilitar el vínculo de esos emprendedores con la Red CREA para potenciar su trabajo.

Con el tiempo, los emprendedores que acudían a pedir soporte comenzaron a multiplicarse. Fue en ese momento cuando ese vínculo inicial comenzó a estructurarse. Primero se organizó un proceso de mentorías y, años después, se desarrollaría un verdadero programa de incubación: CREALab.

Hoy, 10 años después, podemos afirmar que CREALab ha generado impactos de distinta naturaleza. Los resultados que se presentan en este informe dan cuenta de ello: fortaleció capacidades emprendedoras, potenció el desarrollo de startups que generaron impactos concretos en entornos productivos reales, y contribuyó a mantener el posicionamiento del Movimiento CREA como una institución referente en innovación agropecuaria.

Pero CREALab es mucho más que un programa de incubación. Es el emergente de una mirada estratégica frente a un proceso novedoso. Una decisión institucional que implicó pasar a la acción impulsando una innovación organizacional: poner la Red CREA a disposición para potenciar el desarrollo de emprendedores independientes. Una apuesta que supuso asumir riesgos y costos, aprender y ajustar mientras se transitaba el camino, proceso que CREA sostuvo con convicción y constancia a lo largo del tiempo.



Ing. Agr. Gabriel Tinghitella
Líder del Área de Innovación
Movimiento CREA

“There are risks and costs to action. But they are far less than the long-range risks of comfortable inaction”

(Existen riesgos y costos asociados a la acción, pero son muy inferiores a los riesgos de largo alcance de una inacción cómoda)

John F. Kennedy (1917 - 1963)
Presidente de los Estados Unidos

“Disruptive innovation requires patient capital and patient institutions”

(La innovación disruptiva requiere capital paciente e instituciones pacientes)

Clayton M. Christensen (1952 y 2020)
Profesor de Harvard Business School
Autor de *The Innovator's Dilemma*.

Resumen ejecutivo

Este informe presenta una evaluación integral del impacto del programa de incubación CREALab a lo largo de sus primeros 10 años de funcionamiento. Resume los resultados y hallazgos obtenidos a partir de entrevistas realizadas a 71 de las 74 startups que atravesaron el programa entre 2014 y 2024. El análisis combina indicadores cuantitativos de desempeño con percepciones cualitativas, lo que permite realizar una lectura amplia y profunda de los efectos del programa sobre las startups, el ecosistema AgTech y la propia organización CREA.

Los resultados muestran que CREALab ha acompañado a startups que, en una proporción significativa, han logrado crecer, profesionalizarse, generar empleo, validar soluciones tecnológicas y avanzar en procesos de internacionalización. Estos desempeños no responden a trayectorias homogéneas ni lineales, sino a recorridos diversos, que atravesaron contextos sectoriales, tecnológicos y de mercado cambiantes.

La propuesta de valor de CREALab fue evolucionando con el paso del tiempo. En sus primeros años, el programa fue percibido principalmente como un espacio de vinculación, validación temprana y acceso a la Red CREA. Sin embargo, a partir del inicio del proceso de fortalecimiento institucional iniciado en 2019, la propuesta de valor se amplió, consolidándose como un ámbito de acompañamiento estratégico para el fortalecimiento de capacidades emprendedoras y el desarrollo de las startups.

El presente informe pone de manifiesto que CREALab opera simultáneamente en distintos estratos. A nivel de las startups incubadas, su impacto se expresa, de forma creciente, en el desarrollo interno de las empresas. A nivel del ecosistema *AgTech*, el programa es percibido como un nodo de articulación clave, capaz de conectar actores para facilitar la vinculación entre la innovación y el medio productivo.

Asimismo, los emprendedores identifican a CREALab como un activo estratégico para CREA. Desde su mirada, el programa no solo contribuye a mejorar la calidad de la interacción entre la organización y el ecosistema emprendedor, sino que refuerza el posicionamiento de CREA como una institución de referencia en innovación agropecuaria, comprometida con el desarrollo de personas, empresas y soluciones pertinentes, aplicables y alineadas con las necesidades del agro.

En conjunto, la evidencia que se presenta en este documento muestra que CREALab no puede ser concebido únicamente como un programa de incubación. Es un dispositivo institucional en evolución constante, capaz de adaptarse a contextos cambiantes y de generar valor en múltiples dimensiones. A lo largo de su primera década, contribuyó al desarrollo de startups, fortaleció capacidades emprendedoras, articuló a los actores del ecosistema *AgTech* y consolidó y amplió el rol de CREA como una institución referente en innovación. Este informe ofrece una base empírica y analítica para comprender ese recorrido y extraer algunas conclusiones que resultarán de vital importancia para la continuidad del desarrollo de CREALab.

Índice

Agradecimientos	2
Prólogo	3
Resumen ejecutivo.....	5
Índice.....	6
Índice de figuras	8
Introducción	10
¿Qué es y qué hace CREALab?	10
Propósito y rol de CREALab en el ecosistema AgTech.....	11
Valor para emprendedores y productores	11
Evolución histórica de CREALab	11
Primeros años: mentorías y validación temprana	11
Ordenamiento y primeros hitos institucionales	12
Profesionalización del programa de incubación	12
Adaptación, federalización y formato híbrido	12
Consolidación y madurez del modelo	13
Cambios de foco y aprendizajes acumulados	13
Metodología del relevamiento	14
Alcance del relevamiento.....	14
Enfoque metodológico	14
Tipo de información relevada	14
Limitaciones del análisis	15
Criterios para la presentación de la información relevada	15
Resultados del relevamiento	16
Desempeño y desarrollo de las startups incubadas.....	16
Generación de empleo	17
Valuaciones	19
Clientes y facturación	21
Internacionalización.....	22
Métricas de impacto.....	25
En agricultura extensiva (cultivos anuales).....	25
En ganadería y lechería.....	26
En otras actividades y eslabones de las cadenas de valor agropecuarias.....	27



Aportes de CREALab a las empresas y emprendedores	29
Red y vinculaciones estratégicas	31
Desarrollo de las empresas	34
Formación y preparación de los emprendedores.	36
Metodologías y herramientas	39
Visibilidad y respaldo institucional	41
Aportes de CREALab al ecosistema AgTech y a la Red CREA (desde la mirada de los emprendedores).	42
Utilidad para el ecosistema Agtech.	42
Utilidad para CREA	45
Conclusiones.	47
Desempeño y la evolución de las empresas incubadas	47
Evolución de los aportes de CREALab a las empresas.	47
Rol de CREALab en el ecosistema AgTech.	48
Valor estratégico de CREALab para CREA.	49
Síntesis integradora.	49
Anexo I.	51

Índice de figuras

Figura 1. Evolución del número de startups incubadas por CREALab y estado actual de las startups relevadas.	17
Figura 2. Tamaño de los equipos de emprendedores fundadores y colaboradores de las empresas	18
Figura 3. Relación entre año de formación de las empresas y cantidad de colaboradores	19
Figura 4. Valuación de las startups relevadas.	20
Figura 5. Propiedad intelectual y valuación de las startups relevadas	21
Figura 6. Distribución de empresas según cantidad de clientes y nivel de facturación anual	22
Figura 7. Internacionalización de las empresas incubadas y contratación de personal en el exterior	23
Figura 8. Alcance geográfico de la internacionalización de las empresas activas	24
Figura 9. Intervalo de tiempo entre la fundación y la internacionalización de las empresas.	25
Figura 10. Métricas de impacto en agricultura extensiva.	26
Figura 11. Métricas de impacto en ganadería y lechería.	27
Figura 12. Métricas de impacto en otras actividades y eslabones de las cadenas de valor agropecuarias	28
Figura 13. Etapas del programa de incubación CREALab y principales hitos institucionales	29
Figura 14. Tipos de aportes realizados por el programa de incubación CREALab a las empresas incubadas	31
Figura 15. Vinculaciones estratégicas facilitadas por CREALab en el período 2014–2024	32
Figura 16. Cambios en las vinculaciones estratégicas facilitadas por CREALab entre períodos	33
Figura 17. Principales aportes realizados por CREALab al desarrollo de las empresas en el período 2014–2024	34
Figura 18. Cambios en los principales aportes realizados por CREALab al desarrollo de las empresas entre períodos	36
Figura 19. Principales aportes realizados por CREALab a la formación y preparación de los emprendedores en el período 2014–2024	37
Figura 20. Cambios en los principales aportes realizados por CREALab a la formación y preparación de los emprendedores entre períodos	38
Figura 21. Metodologías y herramientas aportadas por CREALab en el período 2014–2024	39
Figura 22. Cambios en las metodologías y herramientas aportadas por CREALab entre períodos.	40
Figura 23. Aportes de CREALab en términos de visibilidad y respaldo institucional en el período 2014–2024	41



Figura 24. Cambios en los aportes asociados a la visibilidad y el respaldo institucional facilitados por CREALab entre períodos	41
Figura 25. Aportes de CREALab al ecosistema AgTech desde la mirada de los emprendedores en el período 2014–2024	43
Figura 26. Tipos de aportes realizados por el programa de incubación CREALab al ecosistema de innovación AgTech	44
Figura 27. Aportes de CREALab a la Red CREA desde la mirada de los emprendedores	46

Introducción

A 10 años de la creación de CREALab, la incubadora de startups¹ AgTech² del Movimiento CREA, surge la necesidad de observar de forma integral y reflexiva el recorrido transitado, los resultados alcanzados y el impacto generado hasta el momento.

La elaboración de este informe de impacto responde, en primer lugar, a la voluntad de analizar, reportar y visibilizar los resultados de un relevamiento orientado a caracterizar una serie de parámetros relevantes vinculados con el crecimiento y desarrollo de las startups AgTech que pasaron por CREALab durante estos primeros 10 años de vida. En segundo lugar, procura poner de relieve el rol que CREALab ha desempeñado como articulador entre los emprendedores y la Red CREA para lograr una mayor conexión entre la innovación y las cadenas de valor agropecuarias.

Este documento tiene múltiples destinatarios. Por un lado, el ecosistema AgTech, que incluye a emprendedores, inversores, instituciones académicas y organizaciones interesadas en conocer el impacto generado por un modelo de incubación anclado en el sector productivo. Por otro lado, involucra a productores y técnicos CREA –muchos de los cuales han participado activamente en distintas instancias del programa y son parte constitutiva del valor diferencial de CREALab–, y al sistema agropecuario argentino en sentido amplio. Finalmente, considera a los tomadores de decisión de los ámbitos público y privado, ya que consideramos que constituyen un insumo de utilidad para reflexionar sobre el diseño y la implementación de políticas, programas e iniciativas de apoyo a la innovación en el agro.

El análisis que se presenta se apoya en información relevada a partir de entrevistas realizadas a representantes de 71 de las 74 startups que participaron en CREALab. El informe integra métricas cuantitativas con percepciones cualitativas, brindando un panorama amplio y equilibrado sobre los distintos tipos de impacto generados.

No se pretende cerrar un ciclo, sino consolidar aprendizajes, fortalecer la identidad de CREALab y aportar información relevante para su evolución. Diez años después de su creación, el programa se consolida como una experiencia singular dentro del ecosistema AgTech argentino, cuya comprensión resulta clave para seguir construyendo innovación con sentido productivo y territorial.

¿Qué es y qué hace CREALab?

CREALab es el programa de incubación de startups AgTech del Movimiento CREA. Surge como una iniciativa orientada a acompañar el desarrollo de startups tecnológicas que proponen soluciones para los problemas y desafíos presentes en el agro.

¹ Una **Startup** es una organización en un estadio de desarrollo inicial que se encuentra desarrollando una solución innovadora y en proceso de búsqueda, validación y escalamiento de un modelo de negocio, operando en contextos de alta incertidumbre.

² El término **AgTech** es un acrónimo que surge de la combinación de los términos *agriculture* y *technology*. Refiere a soluciones para el sector agropecuario basadas en nuevas tecnologías.

Propósito y rol de CREALab en el ecosistema AgTech

El propósito central de CREALab es contribuir al desarrollo de equipos emprendedores, startups y soluciones tecnológicas que se encuentren en etapas tempranas y críticas de su evolución. En este sentido, busca incidir sobre aspectos estratégicos, organizacionales y relacionales de las startups, para incrementar sus posibilidades de crecimiento y consolidación.

Dentro del ecosistema AgTech de la Argentina, CREALab cumple un rol de articulador y facilitador, conectando al mundo emprendedor con la Red CREA, el ámbito agropecuario y otros actores relevantes del sistema de innovación. Ese rol permite que las startups accedan tempranamente a instancias de intercambio con productores y técnicos y, al mismo tiempo, que el agro conozca y comprenda nuevas propuestas tecnológicas en fases iniciales de desarrollo.

Asimismo, CREALab es una plataforma de visibilización de startups y soluciones frente a la red CREA, el agro argentino y el ecosistema AgTech en su conjunto, que incluye a inversores ángeles, fondos de inversión y otro tipo de organizaciones relevantes. El programa de incubación CREALab habilita instancias públicas y privadas en las que las startups tienen la oportunidad de presentar sus proyectos y soluciones, generar contactos estratégicos y posicionarse en el ámbito agropecuario.

Valor para emprendedores y productores

Desde la perspectiva de los emprendedores, CREALab ofrece un espacio de acompañamiento que combina capacitaciones, mentorías y acceso a una red de productores de referencia a nivel global. Este esquema les sirve para ordenar procesos, validar propuestas y acelerar aprendizajes clave en etapas tempranas del desarrollo empresarial.

Desde la perspectiva de los productores y técnicos CREA, el programa funciona como un filtro criterioso de propuestas tecnológicas y facilita el acceso a soluciones provistas por startups que han atravesado instancias de análisis y validación. De este modo, CREALab contribuye a reducir asimetrías de información, ordenar el acercamiento de nuevas empresas y tecnologías al sector productivo y fortalecer el vínculo entre innovación y producción.

De esta forma, podemos decir que CREALab se consolida como un dispositivo institucional que no solo acompaña startups, sino que también construye conexiones aportando valor al ecosistema AgTech y al sistema agropecuario en su conjunto.

Evolución histórica de CREALab

A lo largo de sus primeros 10 años de vida CREALab fue evolucionando. El programa fue adaptándose, ordenándose y profesionalizándose a partir de la experiencia acumulada y de los desafíos concretos que fue enfrentando. No fue una evolución lineal, sino que se trató de una sucesión de etapas que reflejan aprendizajes institucionales y cambios en el contexto.

Primeros años: mentorías y validación temprana

En sus inicios, CREALab funcionó principalmente como un espacio que proveyó mentorías y devoluciones. Emprendedores que estaban desarrollando soluciones tecnológicas para el agro, muchos

de ellos con nulo contacto con los sistemas de producción agropecuarios, comenzaron a acercarse a CREA con la necesidad de contrastar sus ideas, validar supuestos y comprender mejor los problemas productivos que buscaban abordar y resolver.

En esta etapa, técnicos del staff de CREA comenzaron a destinar parte de su tiempo a recibir a estos emprendedores, analizar sus propuestas, dar devoluciones y facilitar contactos con productores y asesores CREA para ampliar las instancias de intercambio y validación. El acompañamiento se daba de manera flexible, a partir de reuniones sucesivas en las que se identificaban necesidades, se definían acciones y se revisaban avances. Era un esquema todavía poco estructurado, pero altamente valioso en términos de aprendizaje mutuo.

Ordenamiento y primeros hitos institucionales

Con el paso del tiempo, este esquema inicial comenzó a ordenarse y sistematizarse. Un hito relevante en este proceso fue la firma de los convenios con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los años 2015 y 2016.

Esos acuerdos formalizaron el trabajo de CREA como institución proveedora de mentores idóneos para acompañar el proceso de desarrollo de startups radicadas en la ciudad que estaban desarrollando soluciones para el agro.

Indirectamente, ayudaron a estructurar el programa, definir su alcance y establecer con mayor claridad y precisión el tipo de apoyo que CREA podía ofrecerles a los emprendedores, manteniendo siempre como eje central la validación técnica y productiva.

Profesionalización del programa de incubación

A partir de 2018, CREALab inició un proceso de fortalecimiento orientado a potenciar y profesionalizar el trabajo que ya venía desarrollando. Este proceso se consolidó en 2019 con la puesta en marcha de un proyecto de mayor escala, en el marco de una iniciativa orientada a promover innovaciones tecnológicas de vanguardia para las cadenas agropecuarias, con el apoyo de BID Lab³.

En ese contexto, CREALab estableció una alianza con EMPREAR, una organización con amplia trayectoria en la promoción de la innovación y emprendedurismo en la Argentina. Esta etapa marcó un punto de inflexión: se diseñó y ejecutó el programa de incubación con un primer ciclo formal de capacitaciones y se incorporó el uso de planes de trabajo como herramienta para ordenar las necesidades estratégicas de las startups y definir vinculaciones de valor a desarrollar.

Adaptación, federalización y formato híbrido

En 2020 el inicio de la pandemia impulsó un cambio significativo en la modalidad de funcionamiento del programa, que pasó a desarrollarse íntegramente en formato virtual. Este cambio, impuesto por el contexto, tuvo un efecto estructural positivo: permitió federalizar el alcance de CREALab, eliminando barreras geográficas y facilitando la participación de equipos radicados en distintas regiones del país.

³ El BID Lab es el laboratorio de innovación del Banco Interamericano de Desarrollo, orientado a apoyar soluciones innovadoras y escalables para el desarrollo en América Latina y el Caribe.

Finalizada la pandemia, el programa adoptó un formato híbrido, combinando instancias virtuales con encuentros presenciales estratégicos. Este esquema permitió sostener el alcance federal y, al mismo tiempo, aprovechar la presencialidad en momentos clave del proceso de incubación.

Consolidación y madurez del modelo

Durante el período 2019–2023, CREALab fue co-coordinado por CREA y EMPREAR, con financiamiento de BID Lab. En 2024, el programa continuó bajo la co-coordinación de ambas organizaciones, ya sin apoyo económico de BID Lab, y en 2025 CREA asumió la coordinación total del programa.

Actualmente, CREALab cuenta con una metodología de trabajo consolidada, un conjunto de capacitadores y mentores cuidadosamente seleccionados y una dinámica de trabajo que integra aprendizajes acumulados a lo largo de los años. Adicionalmente, el programa incorporó el testimonio de emprendedores que ya atravesaron el proceso de manera sistemática, para complementar los contenidos teóricos con experiencias reales e impulsar intercambios entre pares para consolidar aprendizajes.

Cambios de foco y aprendizajes acumulados

A lo largo de su evolución, CREALab fue ajustando foco, criterios de selección y metodología de trabajo. De un enfoque inicial amplio, centrado en el concepto general de AgTech, el programa avanzó hacia una definición de áreas temáticas, especificó requisitos para la admisión de postulantes y comenzó a seleccionar startups con modelos de negocio escalables, equipos multidisciplinarios con roles y funciones definidos y una visión de crecimiento acorde con la lógica de una startup⁴.

Estos cambios no respondieron a decisiones aisladas, sino a aprendizajes acumulados a partir de la experiencia: ver qué tipo de equipos son los que logran avanzar, qué modelos de negocio alcanzan mayor tracción, qué condiciones favorecen procesos de desarrollo más sólidos, etc. En ese recorrido, CREALab fortaleció su rol como curador, acompañante y articulador, y alineó el diseño del programa con su propósito.

⁴ Las startups tienen un enfoque de crecimiento basado en la validación progresiva del modelo de negocio, la experimentación, el aprendizaje continuo y la búsqueda de escalabilidad, en contextos de alta incertidumbre.

Metodología del relevamiento

Alcance del relevamiento

El relevamiento que da origen a este informe se realizó mientras promediaba la décima edición del programa CREALab. El trabajo de campo se desarrolló entre el 10 de diciembre de 2024 y el 10 de marzo de 2025. En ese lapso de tiempo se entrevistaron a representantes de 71 de las 74 startups que atravesaron el programa de incubación hasta ese momento.

Enfoque metodológico

El relevamiento fue cuali-cuantitativo. Combinó información objetiva sobre el desarrollo de las startups con percepciones y valoraciones expresadas por los emprendedores entrevistados.

Para ello, se realizaron entrevistas estructuradas, con guías de preguntas diferenciadas según se tratara de startups activas o inactivas al momento de realizar el relevamiento. Estas entrevistas abordaron, entre otros, los siguientes aspectos:

- Trayectoria y estado actual de la startup.
- Desarrollo del modelo de negocio.
- Generación de empleo.
- Valuación y acceso a financiamiento.
- Procesos de internacionalización.
- Vinculación con la Red CREA.
- Percepción del impacto y los aportes del programa CREALab.

Las guías de entrevista fueron diseñadas con el objetivo de relevar información comparable entre casos, manteniendo al mismo tiempo la flexibilidad necesaria para captar matices y experiencias particulares de cada empresa.

En el Anexo I se presenta el listado de startups entrevistadas, indicando el nombre de la empresa, la persona entrevistada y su rol dentro de la organización.

Tipo de información relevada

La información recolectada combinó:

- Datos estructurales de las startups (año de fundación, estado actual, tamaño del equipo, entre otros).
- Indicadores de desempeño vinculados al negocio, el crecimiento y la proyección de las empresas.
- Percepciones cualitativas sobre el valor recibido por parte de CREALab, su impacto en el desarrollo emprendedor y su contribución al ecosistema AgTech y al sistema productivo.
- Evidencias de vinculación con la Red CREA y otros actores del ecosistema.

Limitaciones del análisis

Como en todo relevamiento de carácter retrospectivo, el análisis presenta algunas limitaciones que es importante explicitar. Las primeras startups incubadas, pasaron por el programa de incubación hace una década. En esos casos, el nivel de precisión de algunas respuestas, especialmente las que demandaban informar aspectos cuantitativos, pudo verse afectado.

Asimismo, en cuestiones específicas, por ejemplo, el conocimiento detallado de las bases de clientes para calcular la proporción de clientes que fueron productores CREA, los emprendedores no siempre tuvieron información precisa. Eso restringió la posibilidad de realizar análisis más detallados.

No obstante, los registros relevados permiten analizar el impacto de CREALab desde múltiples dimensiones, aportando una base sólida para las siguientes secciones del informe en las que se presentan los resultados y aprendizajes surgidos de este proceso.

Criterios para la presentación de la información relevada

Los resultados del relevamiento se presentan de forma agregada, sin hacer referencia a startups individuales para no identificar datos específicos con empresas particulares. Esta decisión obedece a que parte de los datos compartidos puede resultar sensible desde el punto de vista estratégico, comercial y/o financiero.

El objetivo de este informe no es realizar comparaciones ni evaluaciones individuales, sino identificar patrones, tendencias y aprendizajes a nivel del conjunto de las startups que atravesaron el programa de incubación CREALab. La presentación de resultados de forma agregada permite resguardar la confidencialidad de los datos provistos por las startups.

Cabe señalar que las organizaciones que atravesaron el programa actualmente se encuentran en distintas etapas de desarrollo. En muchos casos ya han consolidado su modelo de negocio, cuentan con ingresos y clientes recurrentes y operan con estructuras organizacionales y operativas propias de una empresa. En otros, continúan en etapas tempranas de validación y escalamiento y mantienen características propias de una startup.

A los fines del presente informe y con el único objetivo de facilitar la lectura e interpretación presentada, se utilizará el término "empresa" para hacer referencia al conjunto de las organizaciones relevadas, independientemente de que hayan alcanzado el estatus de empresas o continúen siendo startups.

Resultados del relevamiento

Esta sección presenta los principales hallazgos surgidos a partir del relevamiento realizado entre 71 de las 74 startups que atravesaron el programa de incubación CREALab en sus primeros 10 años de funcionamiento.

En una primera parte, se ofrecen los resultados asociados al desempeño y desarrollo de las startups incubadas. Esta sección reúne un conjunto de indicadores cuantitativos, que incluyen la generación de empleo, valuaciones de las empresas, cantidad de clientes y niveles de facturación, procesos de internacionalización y una serie de indicadores de impacto operativo, productivo, ambiental y comercial, objetivamente medibles.

La segunda sección se enfoca en los aportes del programa al desarrollo de las startups, a partir de indicadores cualitativos informados por los emprendedores. En este bloque se analizan aspectos vinculados con el desarrollo de las soluciones y las startups, el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras, el desarrollo de redes y vinculaciones estratégicas, y la visibilidad y posicionamiento de las startups.

Finalmente, en la tercera parte se analizan, desde la perspectiva de los emprendedores que atravesaron el programa, resultados que permiten caracterizar su utilidad para el ecosistema AgTech y el valor que CREALab podría generar para la Red CREA.

Desempeño y desarrollo de las startups incubadas

Entre 2014 y 2024, CREALab incubó un total de 74 startups. El año en el que menos startups ingresaron al programa fue 2016 (2 startups incubadas), mientras que el mayor ingreso anual se registró en 2020 (10 startups incubadas). En promedio, CREALab incubó alrededor de 7 startups por año, reflejando una dinámica de crecimiento gradual y consistente a lo largo del tiempo (Figura 1a).

Al momento de realizar las entrevistas, el 54% de las empresas se encontraba activa, mientras que un 6% operaba de manera parcial. Un 38% de las startups se encontraba inactiva y un 3% había sido adquirida o vendida (Figura 1b).

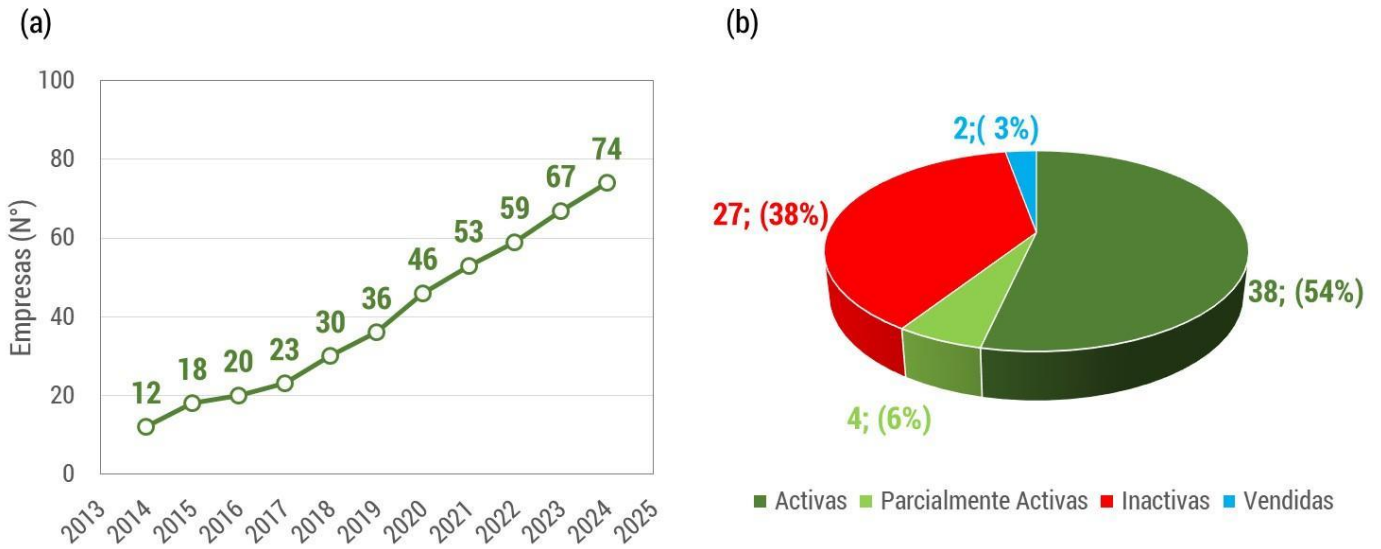


Figura 1. Evolución del número de startups incubadas por CREALab y estado actual de las startups relevadas. (a) Cantidad acumulada de startups que atravesaron CREALab entre 2014 y 2024. (b) Estado actual de las startups al momento del relevamiento, según su nivel de actividad.

Generación de empleo

Al momento de participar en el programa de incubación, más del 95% de las startups contaba con equipos de entre 1 y 4 socios fundadores (Figura 2a). En conjunto, las 71 startups entrevistadas reunieron un total de 191 fundadores, lo que representa un promedio de 2,7 fundadores por empresa. Este patrón es consistente con la lógica de conformación de startups tecnológicas, en las que predominan equipos relativamente reducidos, pero con perfiles diversos y complementarios.

En cuanto a la generación de empleo, las empresas que se encuentran activas en la actualidad (38 empresas) habían generado 735 puestos de trabajo al momento del relevamiento, de los cuales 635 eran empleos full time. Esto evidencia el impacto significativo que el conjunto de empresas analizado ha tenido sobre la creación de empleo directo. Si se amplía el análisis al total de startups relevadas – incluyendo empresas activas, parcialmente activas, vendidas e inactivas –, el número total de empleos generados asciende a 998 puestos de trabajo.

No obstante, la cantidad de empleos por startup presentó una marcada heterogeneidad. Esta diversidad responde a múltiples factores, entre ellos las particularidades de las soluciones ofrecidas, los requerimientos operativos asociados a cada modelo de negocio, las trayectorias de desarrollo de las empresas y su capacidad para acceder a financiamiento que permita ampliar sus plantillas de colaboradores.

Al momento del relevamiento, cerca del 45% de las empresas activas (17 empresas) generaba menos de 10 puestos de trabajo; algo más del 34% (13 empresas) empleaba entre 10 y 30 personas, y el 21% restante (8 empresas) generaba más de 30 puestos de trabajo (Figura 2b).

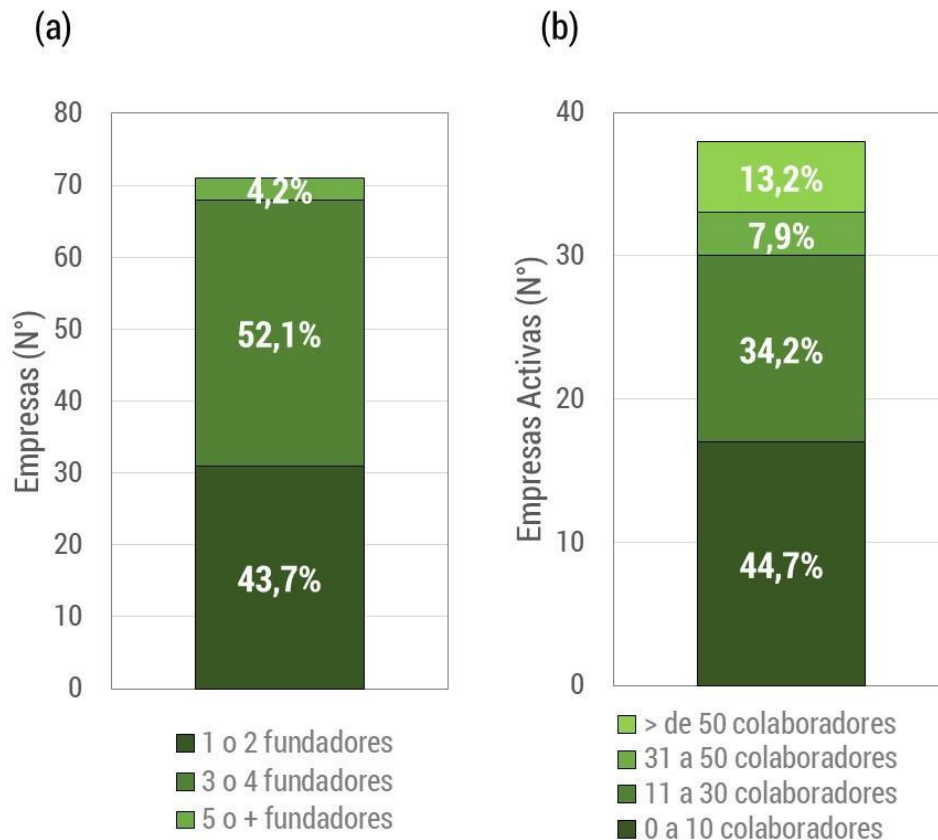


Figura 2. Tamaño de los equipos de emprendedores fundadores y colaboradores de las empresas. (a) Cantidad de empresas por rangos de fundadores, considerando el total de startups entrevistadas. (b) Cantidad de empresas por rangos de colaboradores, considerando únicamente las startups activas al momento del relevamiento.

El análisis por tiempo de vida de las empresas permitió observar cierta relación entre la cantidad de colaboradores y los años de vida de una empresa. En el grupo de empresas que generaban hasta 10 empleos, 12 de las 17 empresas (70%) tenían menos de 5 años de vida al momento del relevamiento. En el grupo de empresas que generaba entre 10 y 30 empleos, ese porcentaje descendía al 54% (7 de 13 empresas con menos de 5 años de vida). En cambio, entre las empresas que generaban más de 30 puestos de trabajo, solo 1 de las 8 empresas (12,5%) tenía menos de 5 años de vida, evidenciando trayectorias de crecimiento más prolongadas y consolidadas (Figura 3).

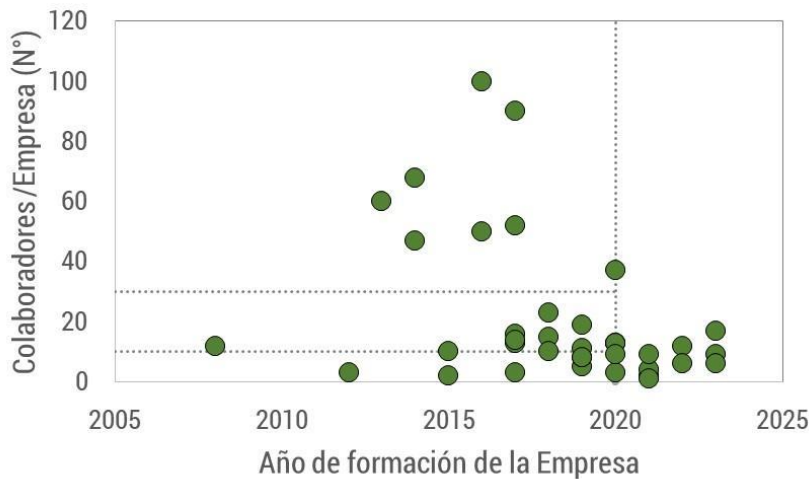


Figura 3. Relación entre año de formación de las empresas y cantidad de colaboradores.

(Las líneas punteadas horizontales indican umbrales de referencia en cantidad de colaboradores -10 y 30 empleados-. La línea punteada vertical indica el año 2020, utilizado como referencia temporal para diferenciar empresas formadas antes y después de ese año).

En conjunto, estos resultados muestran que las empresas AgTech analizadas, a partir de equipos fundadores relativamente pequeños, con el correr del tiempo, y luego de atravesar procesos de crecimiento diversos, logran desarrollar organizaciones de mayor escala y ser fuentes de generación de empleo.

Valuaciones

Del total de empresas activas, 20 empresas informaron valuaciones convalidadas por inversores. El valor acumulado de estas empresas ascendía a USD 258 millones (Figura 4a). Analizando la distribución de valuaciones se observa que el 30% (6 empresas) informó valuaciones en el rango de entre USD 1 y 5 millones; el 20% (4 empresas) en el rango de USD 6 a 10 millones; el 25% (5 empresas) entre USD 11 y 20 millones, y el 25% restante (5 empresas) mencionó valuaciones superiores a USD 21 millones (Figura 4b).

Si a estas cifras se suman las valuaciones convalidadas por inversores informadas por dos (2) empresas parcialmente activas, una (1) empresa vendida y una (1) empresa inactiva, se advierte que el monto agregado de las valuaciones convalidadas por inversores llegó a superar los USD 269 millones. Ese monto, incluso, resulta levemente superior si se considera una empresa vendida que no pudo informar su valuación por razones de confidencialidad (Figura 4a).

Por otro lado, el relevamiento identificó 23 empresas con valuaciones no convalidadas por inversores, que en conjunto informaron un valor agregado que sumó más de USD 206 millones adicionales. Este monto lo explicaron siete (7) empresas activas que informaron valuaciones no convalidadas por inversores con un valor agregado superior a USD 23 millones; nueve (9) empresas activas que no informaron valuaciones, pero para las cuales se realizaron estimaciones que, en conjunto, ascendieron a USD 182 millones; y una (1) empresa parcialmente activa junto con cuatro (4) empresas inactivas, cuyas valuaciones agregadas alcanzaron casi USD 2 millones (Figura 4a).

En el resto de los casos relevados, las empresas no informaron valuaciones y no fue posible estimarlas al momento del relevamiento, o las valuaciones aún no estaban determinadas.



Figura 4. Valuación de las empresas relevadas. (a) Valuaciones de las empresas entrevistadas, según su condición actual, diferenciando valuaciones convalidadas y no convalidadas por inversores. (b) Empresas activas con valuaciones convalidadas por inversores, según rangos de valuación.

(Las valuaciones no convalidadas por inversores incluyen montos informados por los emprendedores y estimaciones realizadas en el marco del relevamiento).

De las 20 empresas con valuación convalidada por inversores, cinco (5) empresas informaron tener patentes registradas; tres (3) empresas mencionaron tener patentes en trámite; dos (2) empresas señalaron que protegieron su propiedad intelectual a través de otros mecanismos, y 10 empresas comentaron que no contaban con patentes ni ningún otro mecanismo de protección formal de la propiedad intelectual (Figura 5a).

Integrando información sobre propiedad intelectual, año de formación de las empresas y valuaciones, se observó que, en términos generales, las empresas que protegieron propiedad intelectual tendieron a presentar valuaciones más elevadas que aquellas que no lo hicieron. Asimismo, la diferencia de valuación entre grupos pareció ampliarse a medida que aumentó la antigüedad de las empresas (Figura 5b).

No obstante, en este punto resulta importante aclarar que este relevamiento no incluye un análisis adicional sobre los determinantes de la valuación de las empresas. En particular, no se dispone de información suficiente respecto de las características específicas de las patentes, el grado de innovación de los productos o procesos protegidos, ni la incidencia concreta que dichas protecciones pueden tener sobre la valuación de cada empresa. En este sentido, las observaciones presentadas deben interpretarse como una descripción de patrones generales a partir de la información relevada, y no como una relación causal entre la protección de la propiedad intelectual y la valuación de las startups.

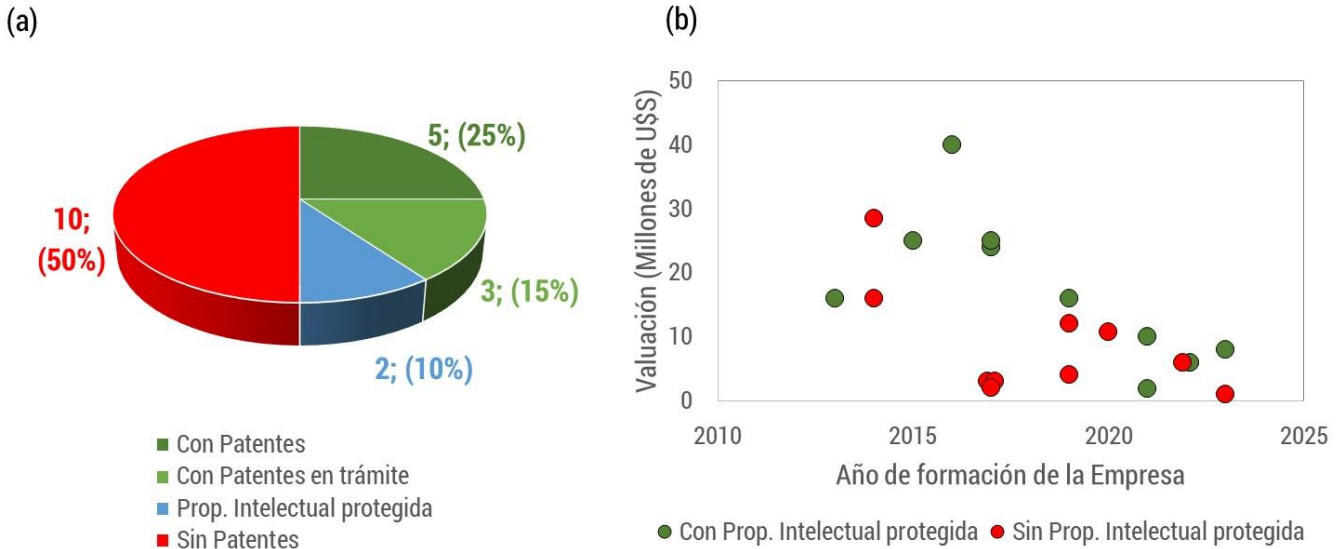


Figura 5. Propiedad intelectual y valuación de las empresas relevadas. (a) Distribución de empresas con valuación convalidada por inversores según utilización de mecanismos de protección de propiedad intelectual (patentes registradas, patentes en trámite, propiedad intelectual protegida por otros mecanismos y sin patentes). (b) Valuación de las empresas (en millones de USD) en función del año de formación, diferenciando aquellas que tienen algún tipo de propiedad intelectual protegida y aquellas sin protección.

Clientes y facturación

Respecto a la cantidad de clientes, de las 38 empresas activas, al momento del relevamiento 29 pudieron cuantificar la cantidad de clientes que poseían; dos (2) empresas no lograron especificar ese número con precisión, y siete (7) empresas informaron no contar con clientes. De forma agregada, las empresas que pudieron informar datos, reportaron un total de 2547 clientes⁵.

Al analizar la distribución, se observó que el 29,1% de las empresas que reportaron clientes (8) informaron contar con menos de 10. En el extremo opuesto, el 19,4% de las empresas (6) informaron más de 200 clientes, lo que reflejó la coexistencia de modelos de negocio con escalas comerciales muy diferentes (Figura 6a).

En cuanto a la facturación anual, 31 de las empresas activas informaron su nivel de facturación, mientras que las 7 empresas restantes (las que aún no contaban con clientes) no lo hicieron, porque aún no habían iniciado la comercialización de productos o servicios. De forma agregada, las empresas que reportaron facturación alcanzaron una suma anual cercana a los USD 68 millones. No obstante, la distribución de la facturación anual por empresa resultó marcadamente heterogénea.

El 35,5% de las empresas (11) informó una facturación anual inferior a USD 100.000. En el otro extremo, el 29,1% (9 empresas) reportó una facturación anual superior al USD 1 millón, distribuida de la siguiente manera: entre USD 1 y 2 millones (3 empresas); entre USD 2 y 5 millones (3 empresas); entre USD 5 y 10 millones (2 empresas), y más de USD 20 millones (1 empresa) (Figura 6b).

⁵ Se considera cliente a todo actor que paga por adquirir o contratar un producto o servicio, independientemente de la modalidad o recurrencia con la que realiza dicha adquisición o contratación.

Cabe aclarar que en este análisis no se establece ninguna correlación temporal entre la antigüedad de las empresas y la cantidad de clientes o el volumen de facturación, dado que ambas variables dependen fuertemente del modelo de negocio. La cantidad de clientes potenciales difiere sustancialmente entre empresas con modelos de negocio B2C⁶ y B2B⁷. Incluso, dentro de un mismo modelo de negocio, el tamaño del mercado potencial y el volumen de la facturación puede variar de manera significativa según el eslabón de la cadena de valor al que se orientan las soluciones que ofrecen las empresas, el segmento objetivo y la solución propuesta.

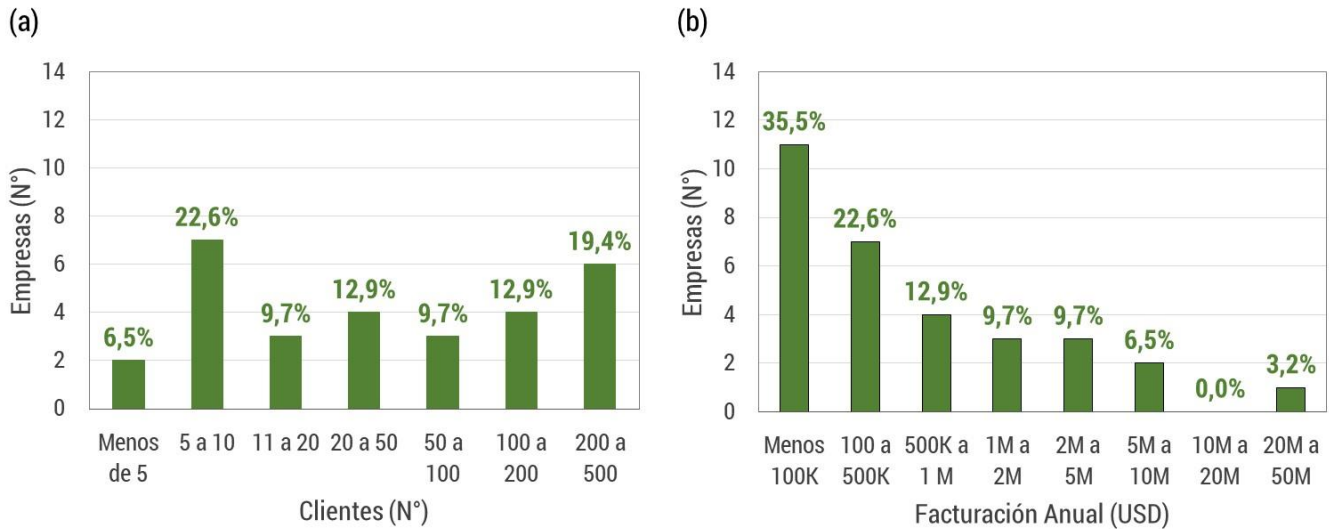


Figura 6. Distribución de empresas según cantidad de clientes y nivel de facturación anual. (a) Cantidad de empresas por rangos de clientes. (b) Cantidad de empresas por rangos de facturación anual (USD).

Internacionalización

Al momento del relevamiento, 19 empresas activas habían logrado internacionalizarse, lo que representa el 50% de las empresas activas (38) y el 25,7% del total de empresas que pasaron por la incubadora (74). Si se amplía el análisis para incluir a las empresas vendidas, parcialmente activas e inactivas, el número de empresas internacionalizadas asciende a 25, es decir, al 33,8% del total de las empresas incubadas en CREALab. La evolución observada refleja un crecimiento progresivo en la cantidad de empresas internacionalizadas a través del tiempo (Figura 7a).

Por su parte, de las 19 empresas activas que operan en el exterior, 11 (el 57,9% de las empresas activas internacionalizadas) informaron contar con personal contratado fuera del país (Figura 7b). Entre las empresas que contrataron personal en el exterior, 7 informaron que lo hicieron en Brasil; 5 en Estados Unidos; 4 en Chile; 3 en España, y 2 en Perú. Adicionalmente, una empresa informó la contratación de personal en México, Colombia y Bolivia, una en Uruguay y una en Australia (datos no mostrados). Las ocho (8) empresas restantes no informaron contratación directa de personal en el exterior, bien sea

⁶ **B2C (Business to Consumer):** Modelo de negocio en el que la empresa ofrece productos o servicios directamente al consumidor final, sin intermediación de otras empresas.

⁷ **B2B (Business to Business):** Modelo de negocio en el que la empresa ofrece productos o servicios a otras empresas u organizaciones, y no directamente al consumidor final.

porque operaban mediante otros esquemas (alianzas comerciales o representantes) o porque aún se encontraban en etapas tempranas de sus procesos de internacionalización.

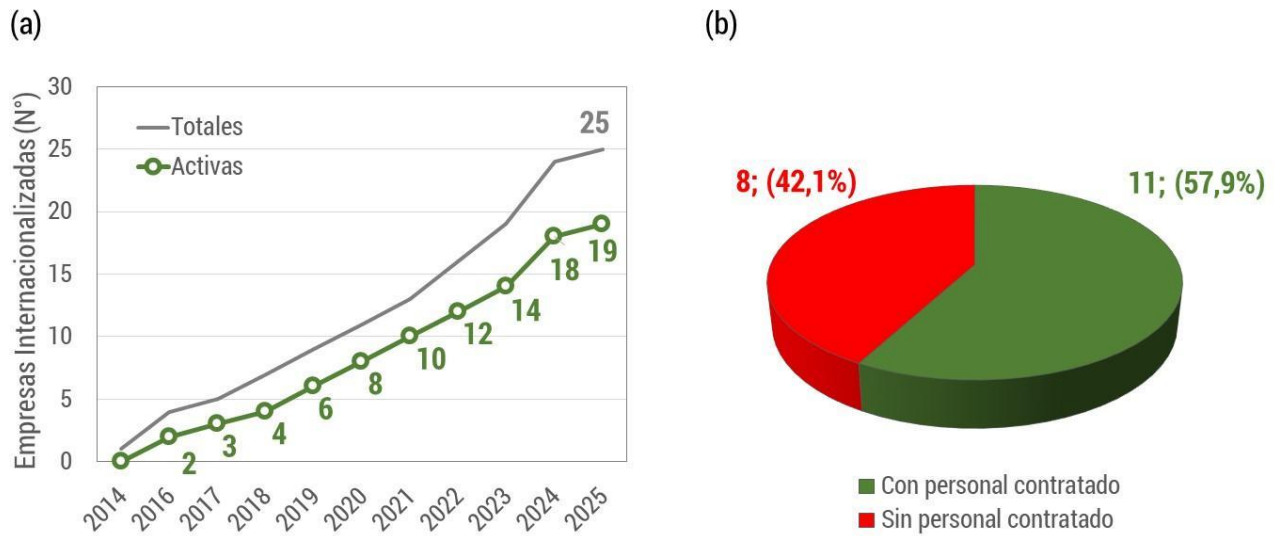


Figura 7. Internacionalización de las empresas incubadas y contratación de personal en el exterior. (a) Evolución en el tiempo de la cantidad de empresas internacionalizadas (La línea verde muestra la evolución de la internacionalización de empresas activas mientras que la líneas gris representa la evolución de la internacionalización de empresas totales, incluyendo empresas activas, parcialmente activas, vendidas e inactivas). (b) Proporción de empresas activas con personal contratado en el exterior.

El relevamiento evidenció una predominante inserción internacional dentro del continente americano. En este sentido, Uruguay se consolidó como el principal destino de internacionalización, con 15 empresas que reportan actividad en ese país. Le siguieron Brasil (10 empresas), Paraguay y Estados Unidos (8 empresas cada uno), y Chile (6 empresas). También se registraron presencias relevantes en México (5 empresas) y en otros países de la región, como Bolivia y Colombia (4 empresas en cada caso), y Perú y Canadá (3 empresas en cada caso).

No obstante, se observó un alcance geográfico más amplio. Algunas empresas informaron actividad en países de Europa, África, Asia y Oceanía. Sin embargo, el número de empresas que informó su internacionalización a otros continentes fue menor. Solo se destacó España, que emergió como el principal destino dentro de la Unión Europea, con 4 empresas que reportaron operaciones en ese mercado (Figura 8).

Finalmente, si se amplía el análisis para incluir a empresas inactivas y vendidas, se identificaron presencias adicionales en Chile, Brasil, Uruguay, Paraguay, República Dominicana, Polonia, Australia y Sudáfrica, lo que extiende el alcance geográfico total observado (datos no mostrados).

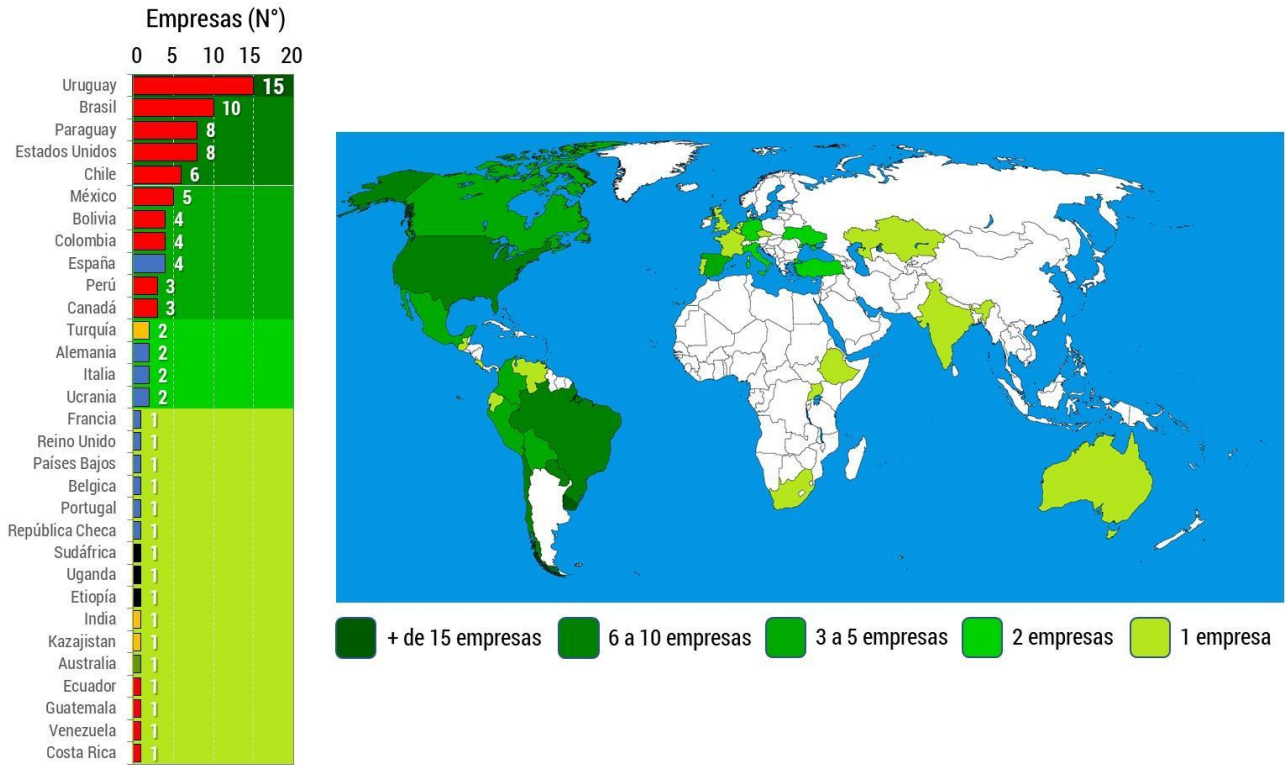


Figura 8. Alcance geográfico de la internacionalización de las empresas activas. El gráfico de barras y el mapa muestran la cantidad de empresas con actividad en cada país.

El análisis del intervalo de tiempo transcurrido entre el año de fundación de las empresas y el año de su internacionalización muestra diferencias claras en función del momento en el que éstas fueron creadas. Si se considera el conjunto de empresas que informaron estar internacionalizadas o en proceso de internacionalización independientemente de su estado actual (activas, parcialmente activas, vendidas o inactivas), se observa que todas aquellas formadas a partir de 2020 lograron internacionalizarse o iniciar su proceso de internacionalización en un lapso de tiempo inferior a los cinco años desde el momento de su fundación. En contraste, entre las empresas formadas antes de 2020, el 47,8% requirió cinco o más años para internacionalizarse o iniciar dicho proceso (Figura 9).

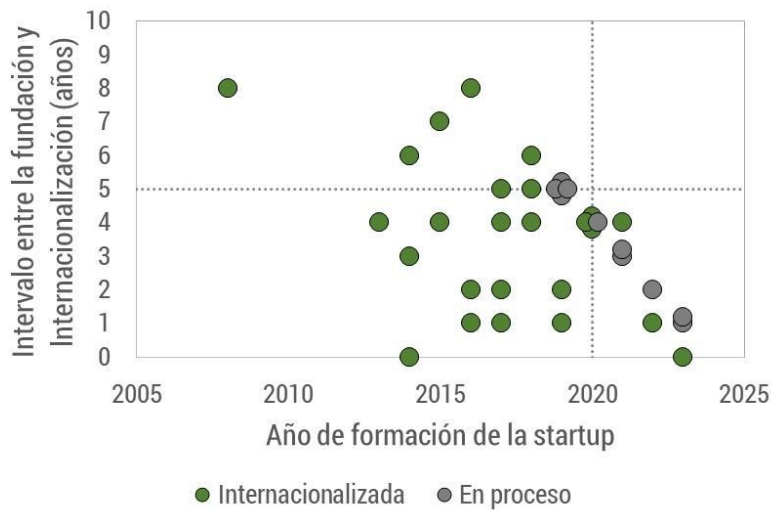


Figura 9. Intervalo de tiempo entre la fundación y la internacionalización de las empresas.

(La línea punteada horizontal indica el valor de referencia de 5 años de intervalo entre el año de fundación de la empresa y su internacionalización. La línea punteada vertical indica el año 2020, utilizado como referencia temporal para diferenciar empresas formadas antes y después de ese año).

Métricas de Impacto

Las empresas incubadas en CREALab generaron impactos operativos, productivos, ambientales y comerciales concretos, que pudieron dimensionarse a partir de un conjunto de métricas objetivas.

Se trata de métricas asociadas a superficie, volúmenes, cantidad de animales, procesos o transacciones reales, que permiten ilustrar cómo las soluciones desarrolladas han sido desplegadas en contextos productivos diversos.

A continuación, se describen los principales indicadores informados por las empresas al momento de realizar el relevamiento, organizados en grandes ámbitos de aplicación (i.e.: agricultura extensiva, ganadería y lechería, y otras actividades de las cadenas de valor agropecuarias).

En agricultura extensiva (cultivos anuales)

En el ámbito de las soluciones basadas en sensores remotos, una (1) de las empresas incubadas reportó la gestión anual de más de 4 millones de microparcels experimentales en programas de mejoramiento genético de semilleros. Por su parte, cinco (5) empresas informaron que sus soluciones, de forma conjunta, relevan anualmente cerca de 16 millones de hectáreas productivas. No obstante, se observó una fuerte concentración: 14,5 millones de esas hectáreas relevadas eran informadas por una única plataforma.

En relación con la gestión del riego, dos (2) empresas informaron proveer servicios a alrededor de 95.000 hectáreas irrigadas. Una de ellas destacó que, a partir del servicio que brinda, desde el inicio de sus operaciones logró generar un ahorro acumulado de agua estimado en 8 millones de metros cúbicos, asociado a una mayor eficiencia en el uso del recurso.

En cuanto a labores agrícolas, una (1) empresa señaló que en el último año su solución incidió en las aplicaciones de herbicidas realizadas sobre 750.000 hectáreas, mientras que otra startup informó que su tecnología intervino en laboreos de suelo efectuados sobre 6000 hectáreas.

En logística, una empresa reportó coordinar el transporte anual de aproximadamente 1 millón de toneladas de granos. En cuanto al análisis de la producción, otra empresa indicó que sus soluciones permitieron analizar cerca de 10 millones de toneladas de granos por año, considerando su operación a nivel global.

En insumos y semillas, dos (2) empresas informaron que sus soluciones permitieron tratar el grano necesario para sembrar el equivalente a 950.000 hectáreas anuales, mientras que dos plataformas de comercio electrónico señalaron que comercializaron insumos utilizados en 3,3 millones de hectáreas de producción agrícola⁸.

Por último, en materia de almacenamiento, trazabilidad y comercialización, una empresa reportó el monitoreo anual de 27.500 silobolsas, otra empresa informó que trazaba 60.000 bolsas de semillas por año, y una plataforma de e-commerce para productos agropecuarios indicó que su solución facilita la transacción anual de 13.200 toneladas de materia prima (Figura 10).



Figura 10. Métricas de impacto en Agricultura extensiva. Principales métricas agregadas de impacto productivo, operativo y comercial reportadas por las empresas relevadas.
(El número entre paréntesis indica la cantidad de empresas que explican cada métrica).

En ganadería y lechería

En relación con la gestión y el monitoreo animal, cuatro empresas informaron que sus soluciones permitieron realizar el monitoreo anual de un total de 582.900 cabezas de ganado bovino. No obstante, aproximadamente 580.000 cabezas fueron monitoreadas a través de una única plataforma de gestión ganadera.

⁸ La superficie no necesariamente corresponde a hectáreas únicas, ya que, durante el año, una misma hectárea puede haber recibido más de un insumo.

En el plano de la gestión forrajera, dos soluciones monitorearon alrededor de 667.000 hectáreas forrajeras por año. En este caso también se registró una concentración relevante, ya que el monitoreo de 492.000 hectáreas fue informado por una única solución.

En lo referido a la alimentación animal, una empresa informó la entrega anual de aproximadamente 1.825.000 toneladas de alimento en feed lots.

En cuanto a comercialización, una plataforma de e-commerce especializada en insumos para la ganadería reportó que los productos comercializados anualmente se aplicaron sobre 6 millones⁹ de cabezas de ganado. Por su parte, una plataforma de e-commerce de hacienda informó que transaccionó aproximadamente 270.000 cabezas por año.

Finalmente, en el ámbito de la lechería, una empresa reportó haber vendido 180 pasteurizadores de leche desde el inicio de sus operaciones. Al momento del relevamiento estos equipos, en conjunto, todos los años atendían a unos 97.000 terneros y terneras (Figura 11).



Figura 11. Métricas de impacto en Ganadería y Lechería. Principales métricas agregadas de impacto productivo, operativo y comercial reportadas por las empresas relevadas. (El número entre paréntesis indica la cantidad de empresas que explican cada métrica).

En otras actividades y eslabones de las cadenas de valor agropecuarias

En el ámbito de la economía circular y los materiales sustentables, una empresa informó que desde el inicio de sus operaciones recicló plástico para producir 200.000 postes plásticos que están instalados en unas 200 hectáreas de vid.

En relación con la integración digital, otra empresa reportó el desarrollo de procesos que al momento del relevamiento permitió integrar alrededor de 50 tecnologías digitales distintas. A partir de ello, brindó servicios a clientes que, en conjunto, gestionaron unas 100.000 hectáreas con estas soluciones integradas.

En apicultura, una compañía informó que anualmente gestiona alrededor de 50.000 colmenas a nivel global. Adicionalmente destacó que sus soluciones permitieron reducir de manera significativa la mortandad de abejas, que pasó de rangos históricos de entre 20% y 50% a valores cercanos al 1%.

⁹ No necesariamente son cabezas de ganado únicas, ya que, durante el año, una misma cabeza puede haber sido atendida con más de un insumo.

Otra empresa reportó que la implementación de su sistema alternativo para realizar el almacenaje de papa a campo, permitió almacenar alrededor de 5.000 toneladas de papa por año, volumen que equivale a aproximadamente el 2% de la producción nacional.

Desde una perspectiva ambiental y de servicios ecosistémicos, al momento del relevamiento otra startup informó haber restaurado casi 500 hectáreas de hábitats naturales desde el inicio de sus operaciones, proveyendo servicios ecosistémicos a unas 1.900 hectáreas de área productiva.

Finalmente, otra empresa informó que desarrolló servicios tecnológicos orientados a la capacitación y formación de recursos humanos para la industria de la maquinaria agrícola (Figura 12).



Figura 12. Métricas de impacto en otras actividades y eslabones de las cadenas de valor agropecuarias. Principales métricas agregadas de impacto productivo, operativo y comercial reportadas por las empresas relevadas.

(El número entre paréntesis indica la cantidad de empresas que explican cada métrica).

Las métricas presentadas evidencian que las empresas incubadas en CREALab han logrado generar impactos tangibles y medibles en múltiples eslabones de las cadenas de valor agropecuarias. Si bien las escalas y tipos de impacto observados son heterogéneos, y responden a modelos de negocio, tecnologías y trayectorias de desarrollo distintas, el conjunto de indicadores permite visualizar la diversidad y profundidad de las intervenciones alcanzadas. Estas evidencias aportan un marco concreto para comprender el rol que las empresas AgTech pueden desempeñar en la transformación del agro y constituyen un insumo relevante para analizar el aporte de CREALab al fortalecimiento del ecosistema de innovación agropecuaria.

En este punto, vale la pena aclarar que los logros alcanzados por las empresas incubadas son resultado del talento, el compromiso y el trabajo sostenido de los equipos emprendedores que las impulsan. En ese proceso de desarrollo, CREALab realiza un aporte complementario para que los emprendedores, las empresas y las soluciones que ofrecen puedan desplegar todo su potencial.

Aportes de CREALab a las empresas y los emprendedores

Tal como se describe en las secciones iniciales de este informe, el programa de incubación CREALab atravesó dos grandes etapas, con características bien diferenciadas (Figura 13).

La primera etapa abarcó el período 2014–2018. Durante esos años CREALab funcionó principalmente como un espacio de mentorías, validación temprana y vinculación con la Red CREA en un esquema aún poco formalizado, pero de alto valor para los emprendedores.

En la segunda etapa, que comenzó en 2019 y se extiende hasta el día de hoy, hubo un fortalecimiento institucional del programa. Ese proceso incluyó la integración de apoyos externos y la consolidación de CREALab como un programa de incubación estructurado, con un enfoque más definido y una propuesta de valor consolidada.

Esta distinción temporal resulta central para la lectura de los resultados que se presentan a continuación, ya que permite contextualizar los cambios observados en los tipos de aportes realizados por CREALab y la evolución de su propuesta de valor a lo largo del tiempo.

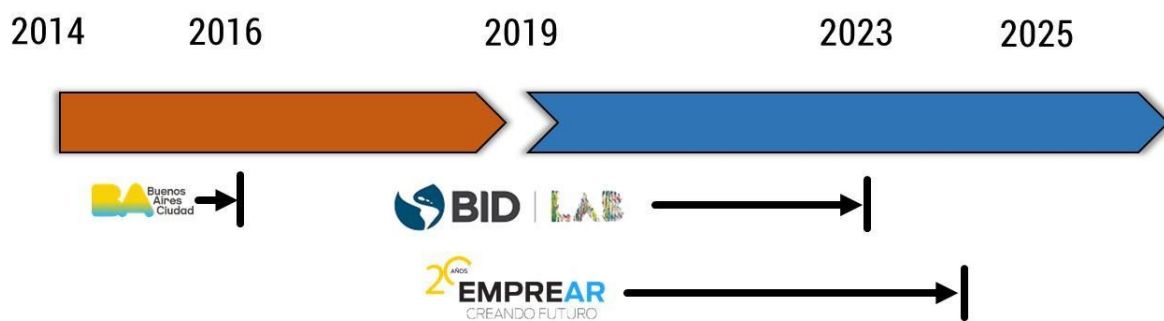


Figura 13. Etapas del programa de incubación CREALab y principales hitos institucionales.

Al analizar el período 2014–2024 se observó que los aportes relacionados con la vinculación y el networking concentraron el mayor porcentaje de menciones (32,2%). Siguió las cuestiones asociadas con el desarrollo de las empresas (31,9%) y la formación y preparación de los emprendedores y sus equipos de trabajo (23,7%). Los aportes relacionados con la visibilidad y el respaldo institucional (7,6%) y el acceso a metodologías y herramientas específicas (4,6%) fueron destacados en menor medida (Figura 14a). De esta forma, en la mirada agregada de los emprendedores, CREALab fue valorado principalmente por su contribución al desarrollo integral de las empresas y por su capacidad para generar vínculos relevantes, más que por aspectos instrumentales o relacionados con la visibilidad.

No obstante, cuando comparamos los períodos 2014–2018 y 2019–2024 (Figura 14b), se evidencian cambios relevantes en la percepción de los emprendedores sobre los aportes realizados por CREALab. En particular, se registra un incremento del peso relativo de los aportes vinculados al desarrollo de las empresas, que pasó del 28,6% en el primer período, al 33,3% en el segundo. Este crecimiento sugiere una evolución del programa hacia un acompañamiento más enfocado en aspectos estructurales y estratégicos del desarrollo de las empresas.

En contraste, se registró una disminución significativa en las menciones asociadas a la vinculación y el networking¹⁰, que pasaron del 43,9% en el período 2014–2018 al 27,3% en 2019–2024. Este cambio puede interpretarse como una señal positiva de maduración del programa: si bien la generación de vínculos continúa siendo un aporte relevante, CREALab amplió y profundizó otros tipos de contribuciones, mientras que las vinculaciones y el networking dejaron de ser percibidos como los principales aportes realizados por el programa.

Asimismo, se observó un crecimiento marcado en las menciones relacionadas con formación y preparación, que aumentaron del 13,3 al 28,1% entre períodos. Este resultado es consistente con la progresiva estructuración del programa de incubación, el fortalecimiento de los contenidos formativos y la incorporación sistemática de capacitaciones, mentores y el testimonio de emprendedores.

Por su parte, los aportes asociados a la visibilidad y el respaldo institucional se mantuvieron relativamente bajos en ambos períodos (9,2% y 6,9%, respectivamente), lo que resulta consistente con la propuesta de valor del programa: CREALab no se posiciona (ni se percibe, a la luz de los datos relevados) como un espacio para la exposición o la promoción de empresas, sino como un ámbito para el desarrollo, el aprendizaje y el acompañamiento estratégico.

Finalmente, las menciones a aportes vinculados con metodologías y herramientas presentaron porcentajes reducidos y similares entre períodos (5,1% y 4,3%). Este resultado abre un espacio de reflexión hacia adelante: podría constituir una oportunidad para revisar la pertinencia y/o utilidad de las metodologías y herramientas ofrecidas por el programa. Aunque también es posible que este tipo de aportes sea menos destacado por los emprendedores dado que pueden acceder a ellos a través de otros espacios e instancias en el ecosistema de innovación.

¹⁰ Se denomina **Networking** al conjunto de actividades orientadas a establecer, desarrollar y fortalecer relaciones profesionales con personas y organizaciones relevantes, con el objetivo de intercambiar información, generar oportunidades y facilitar colaboraciones.

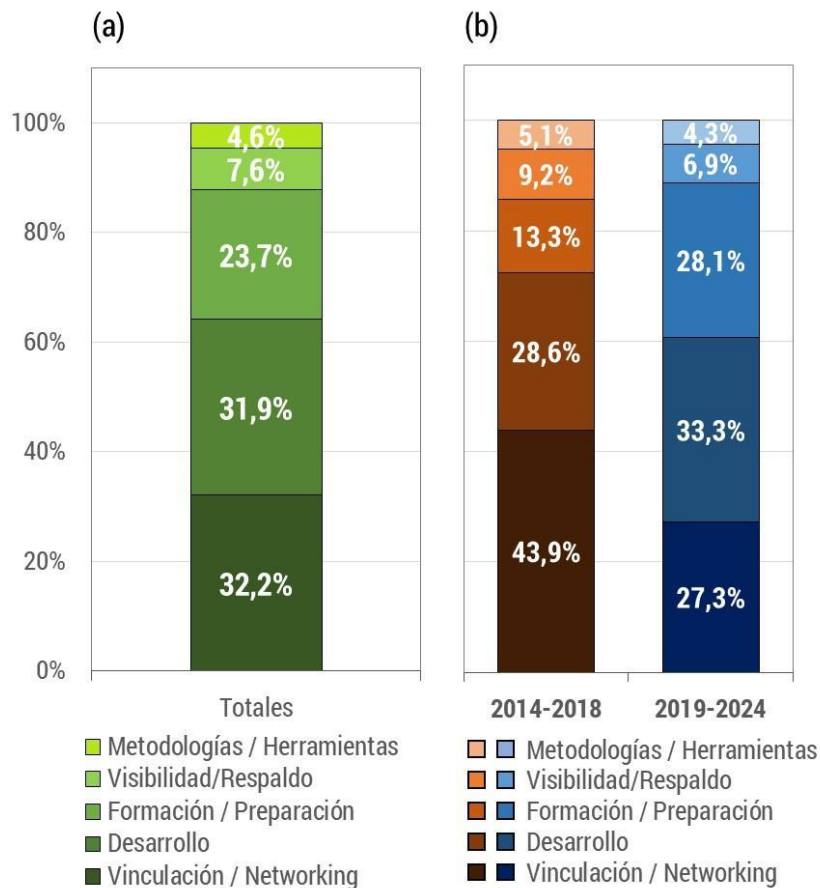


Figura 14. Tipos de aportes realizados por el programa de incubación CREALab a las empresas incubadas. (a) Distribución porcentual de las categorías de aportes a partir de las menciones realizadas por los emprendedores entrevistados en el período 2014–2024. (b) Comparación de las distribuciones porcentuales de las categorías de aportes entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024.

A continuación, se presentan los resultados organizados por tipo de aporte. El análisis se estructura en subsecciones temáticas: i) redes y vinculaciones estratégicas; ii) desarrollo de las empresas; iii) formación y preparación de los emprendedores; iv) metodologías y herramientas, y v) visibilidad y respaldo institucional. En cada una de las subsecciones se describen y analizan los principales aportes reportados por los emprendedores, así como su evolución entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024.

Red y vinculaciones estratégicas

Al analizar las principales vinculaciones generadas por CREALab, se identificaron tres grupos de actores con distinto peso relativo, de acuerdo con las menciones realizadas por los emprendedores (Figura 15).

En primer lugar, las vinculaciones con productores CREA concentraron el mayor porcentaje de menciones (25,5%). Este resultado puso de manifiesto que el principal valor percibido por los emprendedores en términos de vinculaciones estratégicas estuvo asociado al acceso directo a productores agropecuarios. En ese mismo bloque, las vinculaciones con otras empresas, emprendedores y actores del ecosistema emprendedor también fueron consideradas importantes (reunieron el 19,8% de las menciones).

Un segundo grupo de vinculaciones, con niveles de mención intermedios, incluyó a otros actores de las cadenas de valor agropecuarias de manera genérica (13,2%), y a los técnicos CREA y las instancias de intercambio que ofrecen las mesas técnicas CREA (12,3%). Estas vinculaciones reflejan el rol de CREALab como articulador entre las empresas y la red técnica de CREA para facilitar intercambios de conocimiento técnico, aprendizajes aplicados y validaciones.

Finalmente, se mencionaron las vinculaciones con referentes de negocios y conexiones estratégicas (8,5%), mentores (6,6%), instancias de networking a nivel general (6,6%), contactos no específicos (5,7%) y capacitadores (1,9%). Si bien estas vinculaciones tuvieron un menor peso relativo, complementan el entramado relacional del programa y contribuyen a ampliar el capital social de las empresas incubadas.

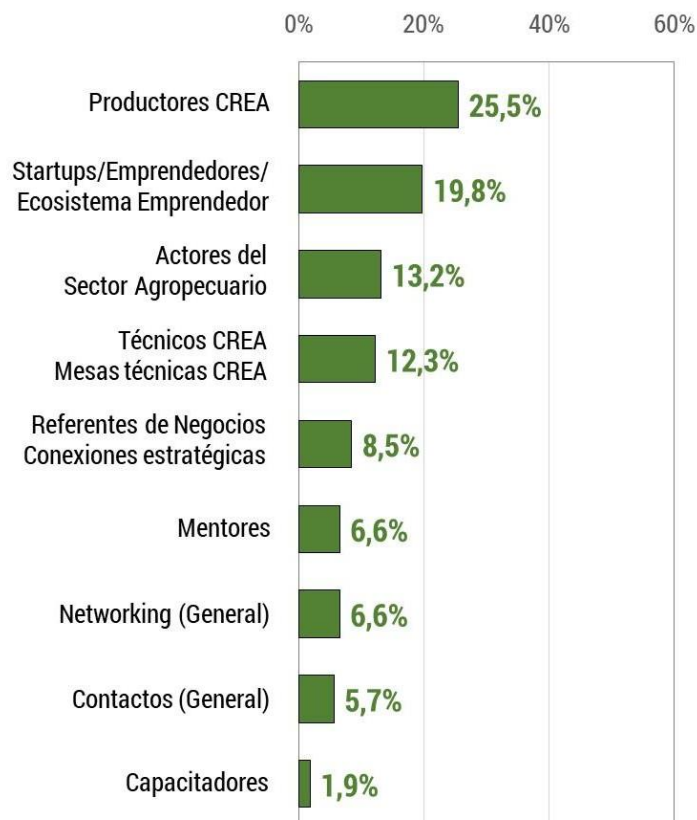


Figura 15. Vinculaciones estratégicas facilitadas por CREALab en el período 2014–2024. Distribución porcentual de los aportes identificados por los emprendedores entrevistados dentro de la categoría “Redes y vinculaciones estratégicas”.

Al comparar los períodos 2014–2018 y 2019–2024 se observaron cambios significativos en el peso relativo de las vinculaciones estratégicas mencionadas por los emprendedores (Figura 16).

En primer lugar, se registró una reducción significativa en el peso relativo de las vinculaciones con la Red CREA. Las menciones asociadas a la vinculación con productores CREA disminuyeron del 39,5% en el período 2014–2018 al 15,9% en 2019–2024. De manera similar, las vinculaciones con técnicos CREA y mesas técnicas CREA descendieron del 20,9% al 6,3% entre períodos. No obstante, este corrimiento relativo no implica que esas vinculaciones hayan perdido relevancia para los emprendedores; solo indica que, con el paso del tiempo, otros tipos de vinculaciones estratégicas fueron ganando protagonismo.

En ese sentido, las menciones a vinculaciones con empresas, emprendedores y otros actores del ecosistema emprendedor crecieron del 9,3% al 27,0%, convirtiéndose en las vinculaciones estratégicas más mencionadas por los emprendedores en el período 2019–2024. De igual modo, se incrementaron las menciones a referentes de negocios y conexiones estratégicas (de 2,3% a 12,7%), mentores (de 0% a 11,1%), contactos a nivel general (de 2,3% a 7,9%) y networking a nivel general (de 4,7% a 7,9%).

Estos cambios sugieren una expansión y diversificación del entramado relacional promovido por CREALab. Mientras que en sus primeros años el programa se apoyó fuertemente en la Red CREA como principal fuente de vinculación estratégica, con el tiempo amplió su capacidad para conectar a las empresas con un espectro más amplio de actores del ecosistema emprendedor y de negocios. Esta evolución resulta consistente con la maduración del programa y el ajuste a las necesidades de las empresas, que no sólo demandaban validación técnica y productiva, sino también conexiones estratégicas para su desarrollo.

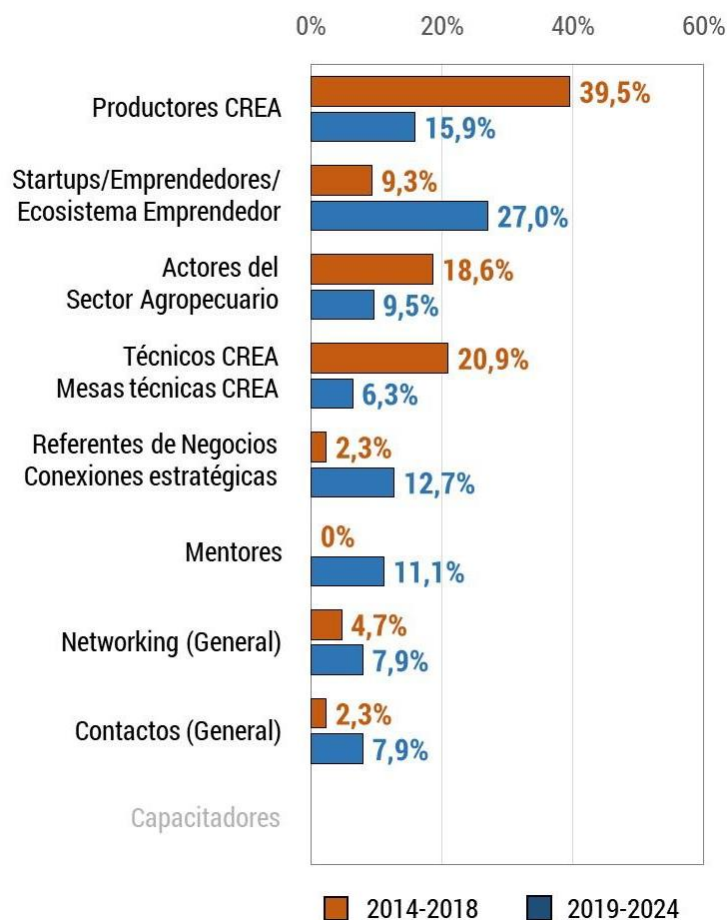


Figura 16. Cambios en las vinculaciones estratégicas facilitadas por CREALab entre períodos. Comparación de las distribuciones porcentuales de las vinculaciones informadas por los emprendedores dentro de la categoría “Redes y vinculaciones estratégicas” entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024. Se presentan únicamente aquellas vinculaciones que evidenciaron variaciones relevantes entre períodos.

Desarrollo de las empresas

En cuanto a los principales aportes relacionados con el desarrollo de las empresas se identificaron tres bloques claramente segregables (Figura 17).

El primer bloque de aportes concentró la mayor proporción de menciones. En este bloque se destacaron los aportes asociados con el desarrollo del negocio (23,8%), el enfoque y la planificación estratégica de la startup (22,9%) y el desarrollo de ideas y proyectos (15,2%). En conjunto, estos tres aspectos reunieron más del 60% de las menciones dentro de la categoría “Desarrollo de las empresas”.

Un segundo grupo, con niveles de mención de entre el 5% y el 10% incluyó cuestiones relacionadas con el fortalecimiento y la estructuración del equipo o la empresa (8,6%), aspectos personales del emprendedor (8,6%) y aspectos comerciales (7,6%).

Finalmente, el tercer conjunto de aportes, mencionados en menos del 5% de los casos, agrupó menciones sobre aportes asociados con el desarrollo de la solución o tecnología (4,8%), la propuesta de valor (3,8%), el escalamiento (1,9%), los aspectos presupuestarios (1,9%) y la gestión (1,0%). Si bien estos aspectos presentaron una menor frecuencia relativa, su presencia refleja la amplitud del espectro de contribuciones que realiza el programa y la heterogeneidad de necesidades que atraviesan las empresas en sus estadios iniciales de desarrollo.

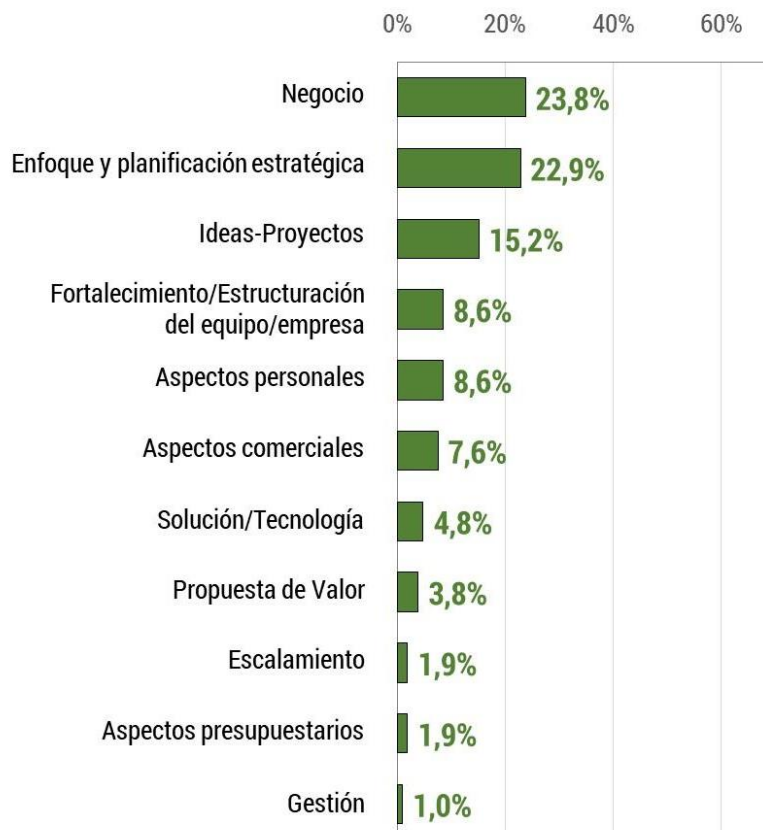


Figura 17. Principales aportes realizados por CREALab al desarrollo de las empresas en el período 2014–2024. Distribución porcentual de los aportes identificados por los emprendedores entrevistados dentro de la categoría “Desarrollo de las empresas”.

La comparación entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024, permitió observar cambios significativos en la importancia relativa asignada a los principales aportes vinculados con el desarrollo de las empresas que los emprendedores atribuyeron a CREALab (Figura 18).

En primer lugar, se registró una disminución en el peso relativo de las menciones asociadas al desarrollo de ideas y proyectos, que pasaron de representar el 42,9% de las menciones en el período 2014–2018 al 5,2% en el período 2019–2024. De manera similar, los aportes vinculados con el desarrollo de la propuesta de valor de las empresas redujeron su participación relativa, desde el 14,3% de las menciones en el primer período a no registrar menciones en el segundo período.

En contraste, las menciones asociadas con el desarrollo del negocio aumentaron del 14,3% al 27,3% entre períodos, mientras que aquellas vinculadas con la mejora del enfoque y la planificación estratégica crecieron del 7,1% al 28,6%. Asimismo, se observó un crecimiento en las menciones a aportes asociados con aspectos comerciales, que pasaron de 0% a 10,4%, y a aspectos personales del emprendedor, que aumentaron de 3,6% a 10,4%.

Los cambios observados evidenciaron un enriquecimiento de la propuesta de valor de CREALab. En sus primeros años, el programa cumplió un rol central en la gestación de ideas y proyectos y en la definición de las propuestas de valor de las empresas. Con el correr del tiempo, y a partir de la incorporación de requisitos de admisión más exigentes, se comenzó a seleccionar startups en estadios de desarrollo más avanzados, con un set de necesidades diferente. Las empresas comenzaron entonces a demandar acompañamiento para abordar cuestiones estructurales, como el fortalecimiento de capacidades emprendedoras, la definición de la estrategia empresarial o la consolidación del negocio. Esta nueva demanda condujo a CREALAB a incorporar capacidades específicas para responder de forma adecuada.



Figura 18. Cambios en los principales aportes realizados por CREALab al desarrollo de las empresas entre períodos. Comparación de las distribuciones porcentuales de los aportes informados por los emprendedores dentro de la categoría “Desarrollo de las empresas” entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024. Se presentan únicamente aquellos aportes que evidenciaron variaciones relevantes entre períodos. En gris claro quedan mencionadas las categorías que no presentaron cambios relevantes.

Formación y preparación de los emprendedores

Los principales aportes realizados por CREALab a la formación y preparación de los emprendedores presentaron una distribución heterogénea, con algunos focos claramente destacados (Figura 19).

En primer lugar, el aspecto más mencionado por los emprendedores fue el aporte de conocimientos agronómicos y relacionados con las cadenas de valor agropecuarias (Agronomía / Sector Agropecuario, 16,7%). Este resultado pone de relieve el carácter distintivo de CREALab como programa especializado, y la relevancia que los emprendedores asignan al acceso a conocimientos específicos de las cadenas agropecuarias como parte central de su proceso de formación.

Un grupo de aportes se enfocó en un conjunto amplio de aspectos vinculados con el desarrollo integral del emprendedor y la gestión de las empresas. Los aspectos destacados fueron la provisión de Información y conocimientos a nivel general (12,8%), y la formación en cuestiones vinculadas con Comunicación (12,8%), Inversiones (11,5%), Ecosistemas, empresas y emprendedurismo (11,5%), Ventas (9,0%) y Negocios (7,7%). Este conjunto de aspectos refleja la importancia que los emprendedores

asignan a la adquisición de capacidades transversales necesarias para desarrollar, financiar y escalar sus empresas.

Finalmente, con menor frecuencia relativa, se mencionaron aportes asociados con la formación en aspectos empresariales (5,1%), aspectos legales (3,8%), desarrollo del proyecto, equipos e innovación/tecnologías (2,6% en los tres casos) y propiedad intelectual (1,3%). Si bien estos aspectos presentaron menor participación porcentual, su mención evidencia la diversidad de necesidades formativas que atraviesan los emprendedores y las empresas en etapas iniciales de desarrollo.



Figura 19. Principales aportes realizados por CREALab a la formación y preparación de los emprendedores en el período 2014–2024. Distribución porcentual de los aportes identificados por los emprendedores entrevistados dentro de la categoría “Formación y preparación de los emprendedores”.

El análisis por períodos (2014–2018 vs. 2019–2024) evidenció modificaciones marcadas en los tipos de aportes formativos informados por los emprendedores entrevistados (Figura 20).

En primer lugar, el peso relativo del aporte de conocimientos agronómicos y sectoriales mostro una caída muy significativa. Su mención descendió desde el 53,8% en el período 2014–2018 al 9,2% en el período 2019–2024. De igual modo, los aportes relacionados con la formación en innovación y tecnologías redujeron su participación relativa entre períodos, pasando del 7,7% en 2014–2018 al 1,5% en 2019–2024.

En este punto vale la pena aclarar que esta caída en el peso relativo de las menciones no guarda correlato con la relevancia de los aportes. Más bien, refleja una dilución de su importancia frente al crecimiento registrado en otros contenidos formativos que fueron ganando protagonismo con el tiempo.

Entre los contenidos que ganaron relevancia en el período 2019–2024 se destacan la provisión de información y conocimientos a nivel general (de 7,7% a 13,8%), y la formación en cuestiones vinculadas con inversiones (de 0% a 13,8%), ecosistemas, empresas y emprendedurismo (de 7,7% a 12,3%), ventas (de 0% a 10,8%), negocios (de 0% a 9,2%), aspectos legales (de 0% a 4,6%), desarrollo del proyecto y conformación de equipos (de 0% a 3,1% en ambos casos).

Los cambios registrados entre períodos reflejan la evolución del enfoque formativo de CREALab. En sus primeros años, el programa estuvo fuertemente orientado a aportar conocimientos agronómicos y sectoriales, particularmente relevantes para emprendedores con escaso contacto previo con el agro. Con el tiempo, la propuesta formativa se amplió y diversificó, incorporando de manera más sistemática contenidos vinculados con aspectos enfocados en el desarrollo empresarial.

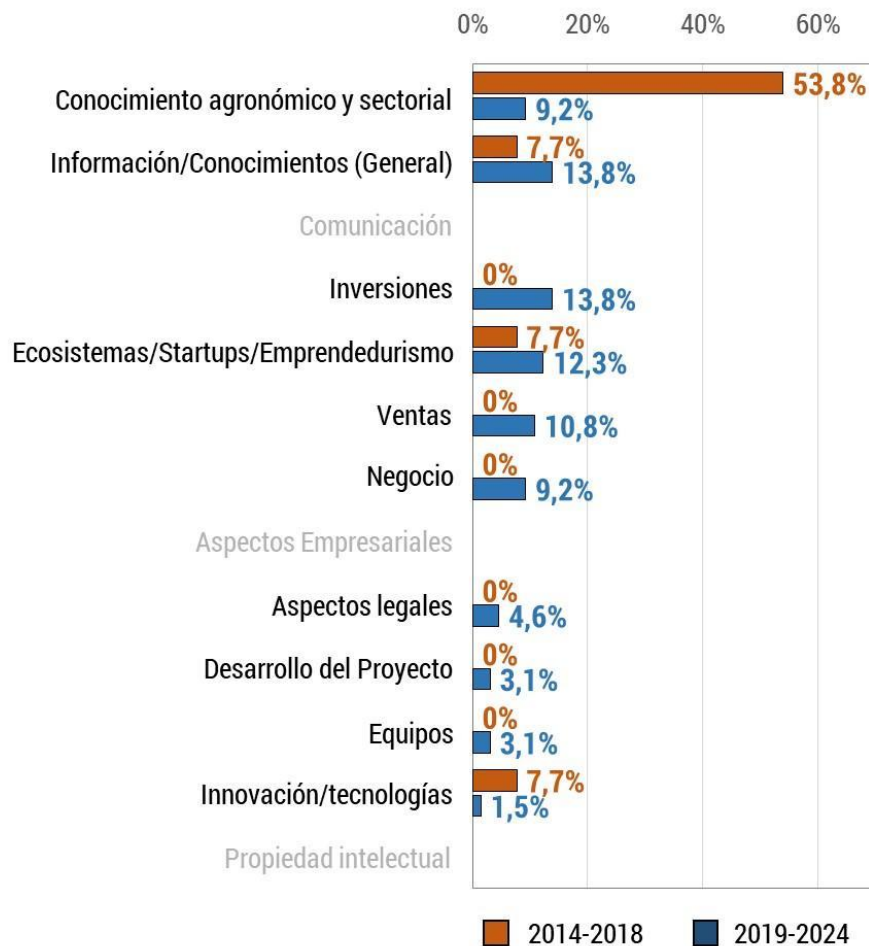


Figura 20. Cambios en los principales aportes realizados por CREALab a la formación y preparación de los emprendedores entre períodos. Comparación de las distribuciones porcentuales de los aportes informados por los emprendedores dentro de la categoría “Formación y preparación de emprendedores” entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024. Se presentan únicamente aquellos aportes que evidenciaron variaciones relevantes entre períodos. En gris claro quedan mencionadas las categorías que no presentaron cambios relevantes.

Metodologías y herramientas

Las menciones realizadas por los emprendedores con relación a las metodologías y herramientas aportadas por CREALab reflejaron una combinación de referencias de carácter general con menciones a instrumentos metodológicos específicos (Figura 21).

Las referencias a metodologías y herramientas, a nivel general concentraron los mayores porcentajes de menciones (26,7% y 20,0%, respectivamente). Luego vinieron las referencias a metodologías específicas. Se destacaron la Metodología CREA, aplicada a la identificación y resolución de problemas, y el uso del Business Model Canvas como herramienta para el desarrollo y revisión del modelo de negocio (13,3% de las menciones en ambos casos).

Finalmente se mencionaron metodologías orientadas a mapear problemas, validar soluciones, aplicar enfoques de *Design thinking*¹¹ y gestionar la empresa, aunque con menor peso relativo (6,7% de las menciones en cada caso).

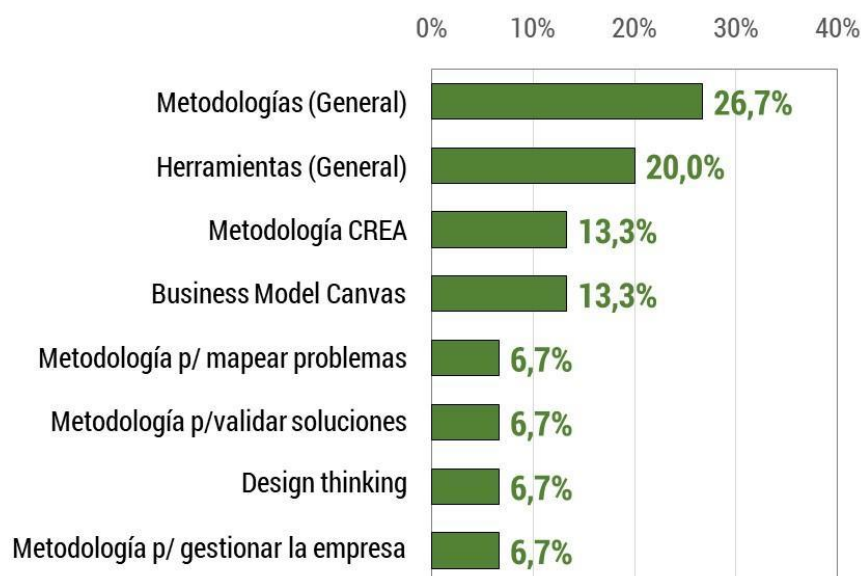


Figura 21. Metodologías y herramientas aportadas por CREALab en el período 2014–2024. Distribución porcentual de las metodologías y herramientas identificadas por los emprendedores entrevistados dentro de la categoría “Metodologías y herramientas”.

El análisis comparativo entre períodos mostró cambios en las metodologías y herramientas que los emprendedores identificaron como aportes relevantes de CREALab (Figura 22).

Las menciones a la Metodología CREA descendieron del 20,0% en el período 2014–2018 al 10,0% en el período 2019–2024. De manera similar, las metodologías orientadas a mapear problemas y a validar

¹¹ Design thinking es una metodología que se utiliza para diseñar y mejorar productos, servicios y modelos de negocio mediante la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios a través de un proceso iterativo de 5 fases: **Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar**, buscando siempre que la solución sea deseable, factible y viable.

soluciones, que concentraban un 20,0% de las menciones en el primer período, dejaron de ser mencionadas en el segundo período.

No obstante, las referencias a metodologías a nivel general crecieron entre períodos; pasaron del 20% de las menciones en el período 2014–2018 al 30% en el período 2019–2024. Del mismo modo se registraron incrementos en el peso relativo de las menciones al Business Model Canvas (de 0% a 20,0%) y aparecieron referencias al *Design thinking* y metodologías vinculadas con la gestión de la empresa, que pasaron del 0% al 10,0% de las menciones en ambos casos.

Estos cambios son consistentes con la evolución del programa: mientras que en sus primeros años CREALab priorizó metodologías orientadas a la identificación de problemas y la validación temprana de soluciones, con el tiempo incorporó herramientas enfocadas en el diseño del modelo de negocio y en el abordaje de desafíos propios de etapas más avanzadas en el ciclo de vida de las empresas.

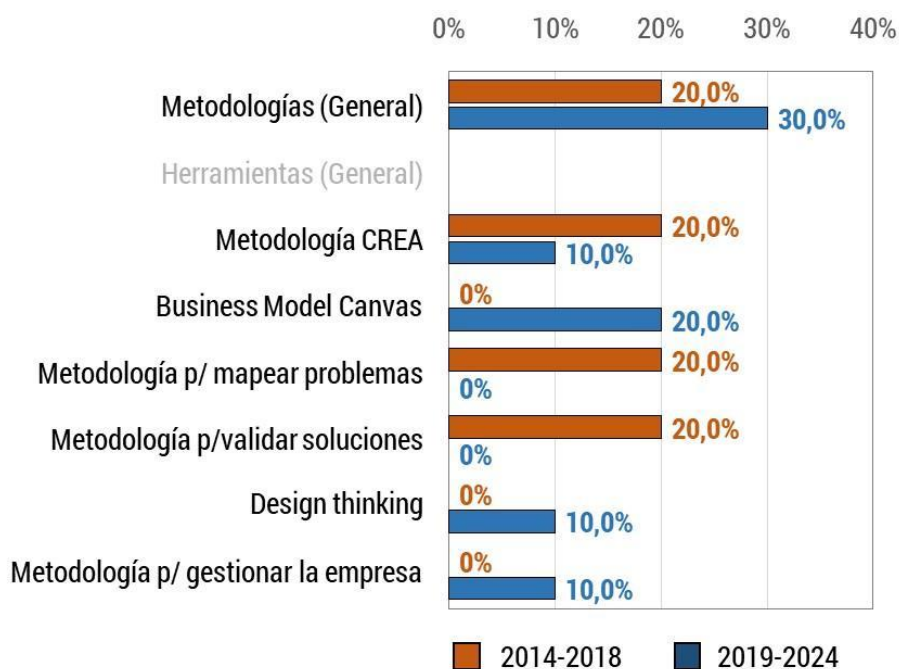


Figura 22. Cambios en las metodologías y herramientas aportadas por CREALab entre períodos. Comparación de las distribuciones porcentuales de metodologías y herramientas informadas por los emprendedores dentro de la categoría “Metodologías y herramientas” entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024. Se presentan únicamente aquellas metodologías y herramientas que evidenciaron variaciones relevantes entre períodos. En gris claro queda mencionada la categoría que no presentó cambios relevantes.

Visibilidad y respaldo Institucional

En relación con los aportes asociados a la categoría Visibilidad y respaldo institucional, las menciones realizadas por los emprendedores se concentraron mayoritariamente en los aspectos vinculados con la Exposición y visibilidad de las empresas (72,0%), mientras que el respaldo institucional y el refuerzo de la credibilidad de las soluciones que ofrecen y la de los propios emprendedores representaron el 28,0% de las menciones (Figura 23).

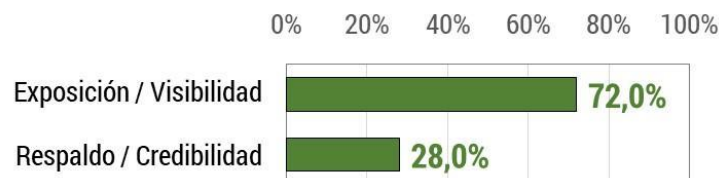


Figura 23. Aportes de CREALab en términos de visibilidad y respaldo institucional en el período 2014–2024. Distribución porcentual de los aportes identificados por los emprendedores entrevistados dentro de la categoría “Visibilidad y respaldo”.

Pese a los cambios registrados entre períodos, se observa que los aportes asociados a la categoría Visibilidad y respaldo institucional se mantuvieron relativamente estables en el tiempo (Figura 24).

En ambos períodos, los aportes vinculados con la Exposición y visibilidad de las empresas concentraron la mayor proporción de menciones (66,7% en 2014–2018 y 75,0% en 2019–2024). Por su parte, los aportes asociados al Respaldo institucional y al refuerzo de la credibilidad tuvieron un peso relativo menor (33,3% y 25,0% en los períodos 2014–2018 y 2019–2024, respectivamente).

De esta forma, en términos de visibilidad y respaldo institucional, podemos decir que la percepción de los emprendedores sobre los aportes realizados por CREALab a través del tiempo se mantuvo estable.

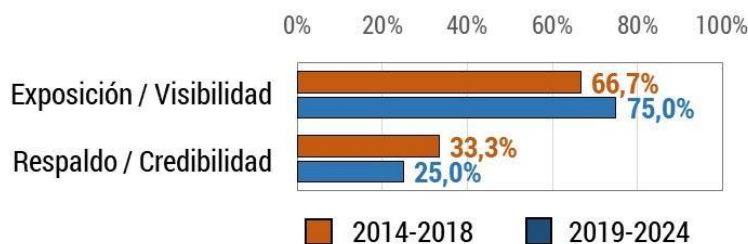


Figura 24. Cambios en los aportes asociados a la visibilidad y el respaldo institucional facilitados por CREALab entre períodos. Comparación de las distribuciones porcentuales de los aportes informados por los emprendedores dentro de la categoría “Visibilidad y respaldo institucional” entre los períodos 2014–2018 y 2019–2024.

Aportes de CREALab al ecosistema AgTech y a la Red CREA (desde la mirada de los emprendedores)

A partir de las percepciones y valoraciones de los emprendedores relevadas en el marco de las entrevistas, en esta sección se analizan las contribuciones de CREALab al fortalecimiento del ecosistema AgTech y a la generación de valor para la Red CREA. Este abordaje permite complementar los indicadores previamente analizados con una lectura cualitativa centrada en el impacto sistémico del programa basado en las experiencias de quienes participaron directamente en CREALab.

Utilidad para el ecosistema AgTech

Desde la perspectiva de los emprendedores que atravesaron el programa de incubación, CREALab cumple un rol que excede el acompañamiento directo a las empresas y se proyecta sobre el funcionamiento del ecosistema AgTech en su conjunto. En esta subsección se analizan las percepciones de los emprendedores respecto de ese rol sistémico, poniendo el foco en los tipos de aportes que CREALab realiza al ecosistema AgTech en Argentina.

La Figura 25 muestra la distribución porcentual de aportes que los emprendedores que pasaron por el programa de incubación atribuyeron a CREALab en relación con su impacto sobre el ecosistema AgTech y su agrupamiento en categorías (Vinculación, Desarrollo, Formación y Adopción).

Dentro de la categoría Vinculación, los emprendedores destacaron principalmente el rol de CREALab como facilitador de conexiones entre los distintos actores del ecosistema. Las menciones más frecuentes refirieron al vínculo con productores y adoptantes tempranos (35,3%) y con actores de las cadenas agropecuarias en sentido amplio (35,3%). En menor medida, se señalaron las vinculaciones con inversores (11,8%), referentes técnicos (10,6%) y otros emprendedores AgTech (7,1%).

En la categoría Desarrollo, los aportes se concentraron de manera marcada en los procesos de validación y ajuste de tecnologías y soluciones, que reunieron más de la mitad de las menciones (55,3%). Le siguieron los aportes relacionados con el desarrollo y validación de ideas, conceptos y prototipos (23,7%) y, en menor medida, la validación y el ajuste de modelos de negocio (10,5%). Con menor peso relativo, se mencionaron aportes vinculados con la identificación y validación de problemas o necesidades reales (5,3%) y la validación de mercados (5,3%).

En relación con la categoría Formación, los emprendedores identificaron dos grandes aportes realizados por CREALab. Señalaron, por un lado, los aportes realizados al desarrollo de los emprendedores y de las propias empresas (58,6%) y, por otro, la provisión de información y conocimientos técnicos vinculados al agro (41,4%).

Finalmente, dentro de la categoría Adopción, de manera relativamente equilibrada se mencionaron el respaldo institucional brindado por CREALab (40,0%) y los aportes realizados por el programa para acelerar los procesos de llegada al mercado y adopción de tecnologías (40,0%). En menor medida, se mencionó el impulso general a la innovación en el agro (20,0%).

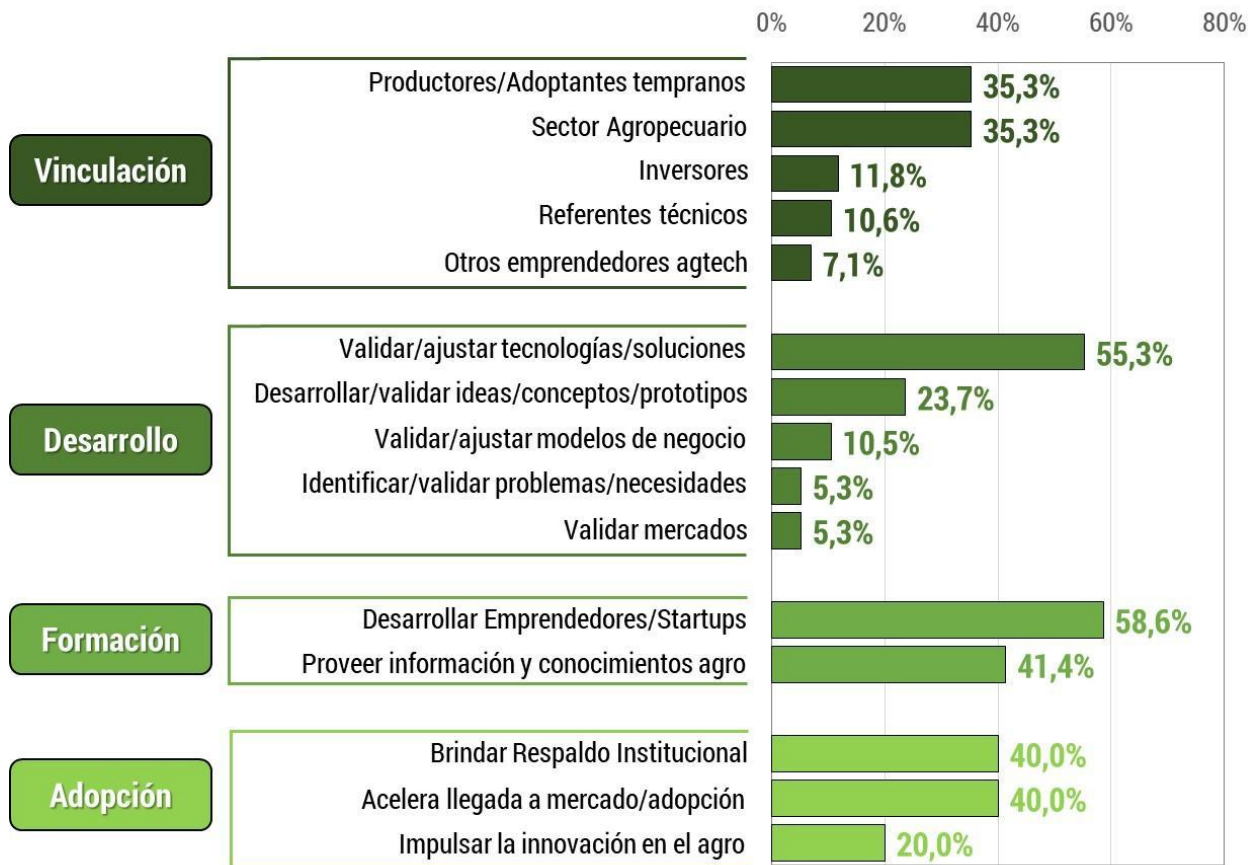


Figura 25. Aportes de CREALab al ecosistema AgTech desde la mirada de los emprendedores en el período 2014–2024. Distribución porcentual de los aportes identificados por los emprendedores entrevistados, organizados según las categorías **Vinculación, Desarrollo, Formación y Adopción de tecnologías.**

Si miramos el período 2014–2024 (Figura 26a), los aportes incluidos en la categoría Vinculación tuvieron el mayor peso relativo (52,5% de las menciones). En orden de importancia siguieron los aportes contenidos en las categorías Desarrollo (23,5%) y Formación (17,9%). Finalmente, los aportes agrupados en la categoría Adopción fueron los menos citados (6,2%).

No obstante, al comparar los períodos 2014–2018 y 2019–2024 (Figura 26b), hubo cambios relevantes en el peso relativo de las categorías. Los aportes contenidos en la categoría Vinculación aumentaron de manera significativa, pasando del 41,2% en el período 2014–2018 al 57,7% en el período 2019–2024. Los aportes englobados en la categoría Desarrollo disminuyeron del 39,2% al 16,2% entre períodos. Los aportes incluidos en la categoría Formación crecieron (del 11,8% al 20,7%). Y los aportes agrupados en la categoría Adopción presentaron una leve reducción (del 7,8% al 5,4%).

Esto se explica por cambios relevantes en el peso relativo de algunos aportes dentro de las distintas categorías. Dentro de la categoría Vinculación, se observó una disminución en la proporción de menciones asociadas al vínculo con productores y adoptantes tempranos, y un incremento relativo de las menciones relacionadas con las vinculaciones con las cadenas agropecuarias en general, inversores, referentes técnicos y otros emprendedores AgTech. En la categoría Desarrollo, se registró un aumento marcado en las menciones a la validación y el ajuste de modelos de negocio, mientras que dejaron de mencionarse aportes asociados con la validación de mercados. Por su parte, en la categoría Formación,

creció de manera significativa la proporción de menciones relacionadas con la incubación y el desarrollo de empresas y la formación y el desarrollo de emprendedores, mientras que disminuyó el peso relativo de las menciones relacionadas con el acceso a información y conocimientos técnicos del agro (resultados no mostrados).

Estos cambios evidencian la idea de una ampliación y diversificación progresiva del entramado relacional promovido por CREALab dentro del ecosistema AgTech, una mayor sofisticación del acompañamiento brindado por el programa, que en los últimos años se orientó a dimensiones estratégicas del desarrollo empresarial y una evolución hacia un enfoque más integral en el desarrollo de capacidades emprendedoras.

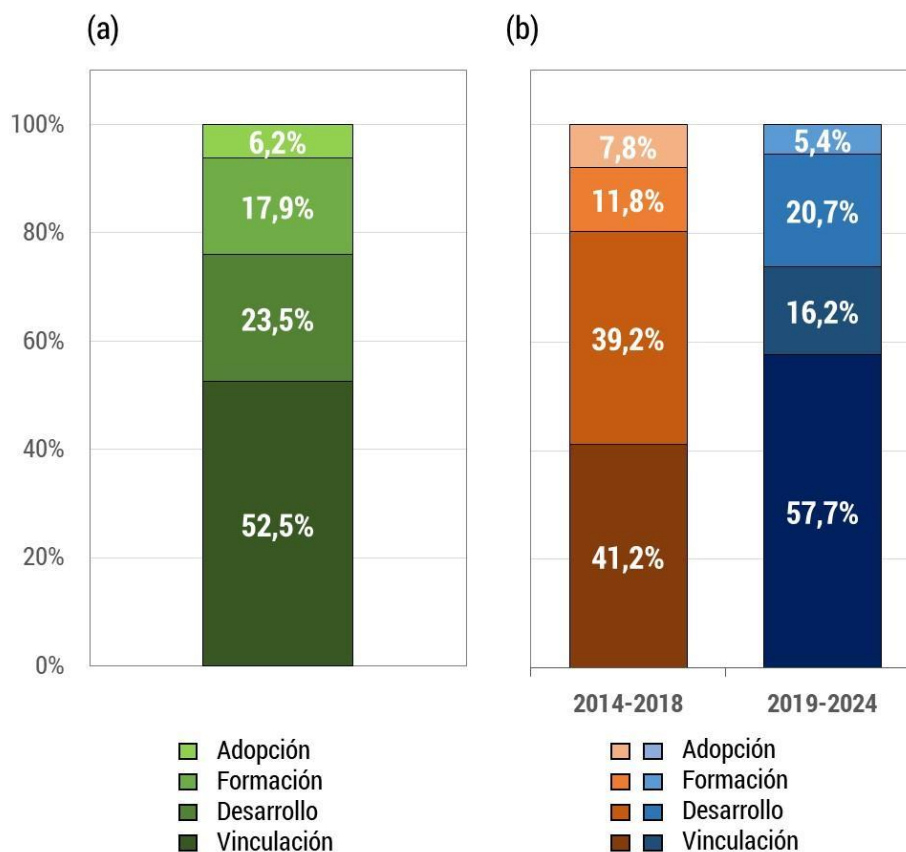


Figura 26. Tipos de aportes realizados por el programa de incubación CREALab al ecosistema de innovación AgTech. (a) Distribución porcentual de las categorías de aportes identificadas por los emprendedores entrevistados para el período 2014-2024. (b) Comparación de las distribuciones porcentuales de las categorías de aportes entre los períodos 2014-2018 y 2019-2024.

En este punto vale aclarar que si comparamos el patrón de cambios presentado en la Figura 26 con el patrón de cambios que se presenta en la Figura 14 (aportes de CREALab a las empresas incubadas), se advierte que las categorías Vinculación y Desarrollo exhiben evoluciones opuestas. Sin embargo, esta diferencia no constituye una contradicción, sino que refleja un cambio en el nivel desde el cual los emprendedores evalúan los aportes del programa.

Cuando analizan el valor que CREALab les aportó a ellos y a sus propias empresas, el peso relativo de los aportes contenidos en la categoría Desarrollo crece con el tiempo, mientras que los aportes de la

categoría Vinculación pierden centralidad. Esto sugiere que, una vez construidas las redes iniciales de vínculos, el acompañamiento estratégico y el fortalecimiento interno de las empresas pasa a ocupar un rol más relevante.

En cambio, cuando esos mismos emprendedores evalúan las contribuciones de CREALab al ecosistema AgTech, los aportes en la categoría Vinculación emergen como el principal valor percibido. Desde este enfoque, el programa se consolida es un dispositivo de articulación, conexión y dinamización de actores, capaz de facilitar interacciones entre empresas, productores, técnicos e instituciones, más allá del impacto directo sobre cada empresa en particular.

En este sentido, los resultados sugieren que CREALab opera simultáneamente en distintos niveles: profundiza su impacto en el desarrollo de las empresas que acompaña de manera directa, al tiempo que amplía y fortalece su función como nodo de vinculación y coordinación dentro del ecosistema de innovación AgTech.

Utilidad para CREA

En la Figura 27 se presentan las principales formas en las que los emprendedores que pasaron por el programa de incubación consideran que CREALab, como mecanismo articulador entre innovación y producción, impacta sobre la Red CREA.

El primer conjunto de menciones, que reunió más de la mitad de las respuestas (51,0%) señaló que CREALab agrega valor a CREA dinamizando procesos de innovación. Específicamente los emprendedores citaron que CREALab facilita la interacción entre emprendedores, empresas, soluciones tecnológicas y productores agropecuarios (19,4%), promueve el acceso a tecnologías y soluciones innovadoras dinamizando sus procesos de adopción (18,4%), impulsa activamente la innovación dentro de la Red CREA (10,7%) y, en menor medida, contribuye a detectar de forma temprana y darle seguimiento a nuevas tecnologías y soluciones (2,9%). En conjunto, estas menciones sostienen que CREALab funciona como una plataforma articuladora que reduce distancias entre la oferta y la demanda de innovación, unifica lenguajes, nivela expectativas y dinamiza procesos de incorporación de nuevas soluciones en el ámbito productivo.

El segundo bloque de respuestas, que reunió el 24,3% de las menciones, señaló el rol de CREALab como guía para el desarrollo de una oferta tecnológica alineada con las necesidades de la Red CREA. En este grupo se destacó el aporte que hace el programa al funcionar como “filtro” y validador de tecnologías, señalado como un mecanismo útil para generar confianza y reducir el riesgo de adopción de la nueva oferta tecnológica (16,5%). Y en menor medida se mencionaron las contribuciones que hace CREALab cuando incide directamente en el proceso de desarrollo de las nuevas soluciones (7,8%). Desde esta mirada, CREALab es percibido como un mecanismo que contribuye a mejorar la pertinencia y grado de ajuste de las tecnologías al contexto productivo real.

El tercer grupo, con el 22,4% de las menciones, destacó a CREALab como un mecanismo que contribuye al posicionamiento institucional de CREA como referente en innovación. Dentro de este bloque se agruparon las menciones que posicionaban a CREALab como facilitador y potenciador de la innovación y la adopción tecnológica en el agro a nivel general (11,7%) y como un instrumento para mantener a CREA a la vanguardia, reforzando su imagen como organización líder y de referencia en innovación (10,7%). Este resultado sugiere que los emprendedores perciben al programa no solo como un

instrumento operativo, sino también como un activo estratégico para el posicionamiento institucional de CREA.

Finalmente, solo una proporción marginal de las respuestas (1,9%) mencionó de forma explícita a CREALab como un mecanismo orientado a mejorar la eficiencia productiva de las empresas CREA. Este resultado refuerza la idea de que, desde la mirada de los emprendedores, el principal valor de CREALab para la Red CREA no reside en impactos productivos inmediatos, sino en su capacidad para habilitar procesos de innovación, aprendizaje, validación y posicionamiento estratégico, cuyos efectos productivos se manifiestan de manera indirecta o en el mediano plazo.



Figura 27. Aportes de CREALab a la Red CREA desde la mirada de los emprendedores. Distribución porcentual de los aportes señalados por los emprendedores entrevistados en relación con el impacto del programa CREALab sobre la Red CREA. ■ - Categoría “CREA como dinamizador de procesos de innovación”, ■ - Categoría “CREALab como guía para el desarrollo de una oferta tecnológica alineada con las necesidades de la Red CREA”, ■ - Categoría “CREALab como un mecanismo para posicionar a CREA como referente en innovación”, ■ - Categoría “CREALab como mecanismo para mejorar la eficiencia productiva de las empresas CREA”.

En este punto, cabe volver a mencionar que los resultados presentados en esta sección reflejan exclusivamente la percepción de los emprendedores entrevistados que atravesaron el programa de incubación. De manera complementaria, y con el objetivo de contrastar y validar este diagnóstico, el mismo relevamiento fue realizado posteriormente con técnicos y productores CREA, en tanto beneficiarios y/o usuarios potenciales de CREALab. Si bien esos resultados no se presentan en el presente informe, constituyen un activo estratégico relevante para el diseño y la evolución futura de CREALab y del abordaje de la gestión de la innovación dentro de la Red CREA.

Conclusiones

Desempeño y evolución de las empresas incubadas

Las empresas incubadas presentaron trayectorias de crecimiento y consolidación heterogéneas. Esta diversidad se expresó en las diferencias observadas en sus niveles de generación de empleo, facturación, clientes e hitos de internacionalización.

Los indicadores relevados permiten afirmar que una proporción significativa de las empresas incubadas logró generar impacto económico y productivo real. La creación de puestos de trabajo, la presencia de soluciones que operan sobre miles o millones de hectáreas o cabezas de ganado, el análisis de grandes volúmenes de producción, la optimización de procesos productivos o el ahorro de recursos naturales, evidencian el impacto de estas empresas en entornos productivos reales, tanto a nivel nacional como internacional.

Luego de transitar sus procesos de desarrollo, validación y ajuste, una parte importante de las empresas incubadas alcanzó hitos significativos, como la consolidación comercial o la internacionalización. Este resultado refuerza la importancia de evaluar el impacto de los programas de incubación con una mirada de mediano y largo plazo, evitando interpretaciones basadas exclusivamente en resultados de corto plazo.

CREALab ha acompañado a un conjunto amplio y diverso de empresas que, en su mayoría, lograron transformar ideas iniciales en proyectos empresariales con distintos grados de consolidación e impacto. El desempeño observado confirma que el programa no solo funcionó como un espacio de incubación temprana, sino también como un punto de apoyo relevante en trayectorias empresariales que, aun siendo diversas, muestran resultados tangibles en términos productivos, económicos y territoriales.

Evolución de los aportes de CREALab a las empresas

En una primera etapa, los aportes de CREALab se concentraron principalmente en la generación de vínculos, la validación temprana de ideas, proyectos y soluciones y el acceso a la Red CREA como espacio de contraste con la realidad productiva. En ese contexto, la vinculación con productores, técnicos y mesas técnicas constituyó el principal diferencial percibido por los emprendedores, funcionando como puerta de entrada a las cadenas agropecuarias y como mecanismo de reducción de la incertidumbre inicial.

A partir de 2019, CREALab fortaleció su capacidad para acompañar el desarrollo interno de las empresas, priorizando dimensiones como la planificación estratégica, el ajuste de sus modelos de negocio y el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras. Este cambio se reflejó en el aumento sostenido del peso relativo de los aportes asociados a la categoría Desarrollo y en la reducción relativa de aquellos vinculados exclusivamente a la generación de contactos.

También se observó una transformación en los aportes vinculados con la formación y preparación de los emprendedores. Mientras que en los primeros años del programa predominaban los contenidos de carácter agronómico y sectorial, con el tiempo se incorporaron de manera sistemática contenidos

vinculados con la comprensión del ecosistema emprendedor, gestión empresarial, inversiones, ventas y comunicación.

Algo similar se observó en la evolución de las metodologías y herramientas promovidas por CREALab. Las metodologías orientadas a la identificación de problemas y la validación temprana de soluciones, centrales en la etapa inicial del programa, fueron complementadas por herramientas enfocadas en el diseño del modelo de negocio, la gestión de la empresa y el abordaje de desafíos propios de etapas más avanzadas del desarrollo empresarial.

A través del tiempo, CREALab fue un dispositivo en aprendizaje continuo que permanentemente fue ajustando su enfoque y su propuesta de valor en función de las necesidades de las empresas. La evolución observada da cuenta de un proceso de institucionalización y maduración del programa, que pasó de ofrecer principalmente acceso y validación temprana, a brindar un acompañamiento más integral, estratégico y alineado con los desafíos reales del crecimiento empresarial.

Rol de CREALab en el ecosistema AgTech

(Desde la mirada de los emprendedores que pasaron por el programa de incubación)

El principal aporte de CREALab al ecosistema se vincula con su capacidad de articulación. A lo largo del período analizado, la vinculación entre actores (emprendedores, productores, técnicos, inversores, representantes de instituciones) emerge como el aporte más consistente y creciente del programa a escala ecosistémica. Esta función de “conector” se consolida especialmente en los años más recientes, en los que la categoría Vinculación gana peso relativo frente a otras dimensiones.

Este resultado no contradice la evolución observada en los aportes de CREALab a las empresas incubadas, sino que la complementa. Mientras que, a nivel de empresa, los emprendedores valoran crecientemente los aportes asociados al desarrollo estratégico y al fortalecimiento interno de sus empresas, cuando adoptan una mirada sistémica reconocen a CREALab como un nodo que dinamiza redes, reduce fricciones y facilita interacciones dentro del ecosistema AgTech. El programa opera simultáneamente en distintos niveles: profundiza su impacto en las empresas que acompaña de manera directa y, al mismo tiempo, amplía su influencia como articulador del ecosistema.

Los emprendedores destacan que esta función articuladora no se limita a la generación de contactos, sino que contribuye a ordenar la interacción entre oferta y demanda de innovación, a unificar lenguajes entre actores con lógicas diversas y a crear condiciones más favorables para el desarrollo y circulación de soluciones tecnológicas en el agro. En este sentido, CREALab es percibido como un espacio que habilita procesos colectivos de aprendizaje, validación y construcción de confianza, elementos centrales para el funcionamiento de ecosistemas de innovación dinámicos.

Del mismo modo, los aportes mencionados en la categoría Desarrollo, especialmente aquellos vinculados con la validación y el ajuste de tecnologías y soluciones, refuerzan la idea de que CREALab cumple un rol clave como instancia intermedia entre la experimentación emprendedora y la adopción a escala. Desde esta perspectiva, el programa contribuye a elevar la pertinencia y grado de ajuste de la oferta tecnológica disponible a las necesidades reales de la demanda.

El aporte de CREALab al ecosistema AgTech se ha ido especializando con el tiempo. En años más recientes, el programa es percibido como una infraestructura relacional y metodológica que facilita

conexiones, y aprendizajes cruzados. Esta especialización constituye uno de los principales activos del programa y refuerza su relevancia como dispositivo institucional dentro del ecosistema de innovación agropecuaria de Argentina.

Valor estratégico de CREALab para CREA

(Desde la mirada de los emprendedores)

Los emprendedores identifican a CREALab como un mecanismo que dinamiza los procesos de innovación dentro de la Red CREA. En este sentido, el programa es valorado por su capacidad para facilitar la interacción entre emprendedores y productores, así como para promover el acceso a soluciones innovadoras. Desde esta perspectiva, CREALab actúa como un puente efectivo entre el mundo de la innovación y la realidad productiva, reduciendo distancias y ajustando el dimensionamiento de expectativas.

En paralelo, señalan a CREALab como una instancia de validación y filtro de tecnologías. Los emprendedores destacan que el programa contribuye a mejorar la pertinencia de la oferta tecnológica que llega a la Red CREA, ya sea mediante su incidencia directa en los procesos de desarrollo de las nuevas soluciones o a través de instancias específicas de validación o testeado. Consideran que este rol resulta clave para generar confianza, reducir el riesgo percibido por los productores y fortalecer la coherencia entre innovación tecnológica y necesidades productivas reales.

Adicionalmente perciben a CREALab como un instrumento que contribuye al posicionamiento institucional de CREA. Una proporción significativa de las menciones destaca su aporte para mantener a la organización en una posición de vanguardia, reforzando su imagen como referente en innovación en el ámbito agropecuario. Desde esta forma, el programa no solo cumple una función operativa, sino que también actúa como un vector de actualización institucional, alineando a CREA con agendas contemporáneas de innovación, emprendedurismo y transformación tecnológica.

Los emprendedores señalan que el valor estratégico de CREALab para CREA no se expresa principalmente en impactos productivos inmediatos. Por el contrario, su aporte se asocia a la habilitación de procesos de innovación de mediano y largo plazo, basados en la construcción de capacidades, la generación de aprendizajes colectivos, la validación de soluciones y el fortalecimiento del vínculo entre la institución y el ecosistema AgTech.

Finalmente, resulta relevante destacar que estas conclusiones surgen exclusivamente de la percepción de los emprendedores que participaron del programa de incubación. La existencia de un relevamiento complementario realizado con técnicos y productores CREA, no incluido en este informe, refuerza el carácter estratégico de estos resultados y abre una oportunidad para profundizar el análisis institucional del impacto de CREALab, integrando la mirada de distintos actores clave de la Red.

Síntesis integradora

CREALab ha realizado aportes que contribuyeron a generar impacto sostenido y multidimensional a lo largo de sus primeros 10 años de vida. Las trayectorias de desarrollo empresarial y los impactos que las empresas que lograron consolidarse han generado, la generación de capacidades, la construcción de redes y el posicionamiento institucional dan prueba de ello.



La evolución del programa refleja un proceso claro de maduración y sofisticación de su propuesta de valor. En sus primeros años, CREALab cumplió un rol clave en la validación temprana de ideas y soluciones y el establecimiento de vínculos de las empresas con el sector productivo. Con el correr del tiempo, ese rol se fue complementando progresivamente sumando capacidades y herramientas para fortalecer capacidades emprendedoras y acompañar el desarrollo empresarial.

En paralelo, CREALab se consolida como un importante nodo de articulación dentro del ecosistema AgTech. Los emprendedores reconocen al programa como un dispositivo capaz de conectar actores diversos, dinamizar redes y reducir distancias y fricciones entre innovación y producción.

CREALab opera simultáneamente en distintos niveles de impacto. Profundiza el desarrollo de las empresas que acompaña, fortalece capacidades individuales y colectivas, dinamiza el ecosistema de innovación y aporta valor institucional a CREA. Esta combinación de impactos explica la persistencia y relevancia del programa a lo largo del tiempo.

Finalmente, el análisis confirma que los efectos más relevantes de CREALab no siempre son inmediatos ni lineales, sino que se manifiestan como procesos acumulativos de aprendizaje, validación, articulación y construcción de capacidades, coherentes con la naturaleza de los sistemas de innovación y con los desafíos propios del agro.

Anexo I

El presente anexo detalla el listado de startups que participaron en el relevamiento realizado en el marco del informe CREALab 10 años, indicando el nombre de la empresa, la persona entrevistada y su rol dentro de la organización.

#	Año de Incubación	Empresa	Apellido y Nombre	Rol en la Startup
1	2014	AgroToolbox	Lange, Octavio	Fundador y CPO ¹²
2	2014	Auravant	Larrandart, Nicolás	Cofundador y CTO ¹³
3	2014	Boosteragro	Alvarado, Marcos	Cofundador y CEO ¹⁴
4	2014	eCampo	Barrero, Juan Manuel	Cofundador y CRO ¹⁵
5	2014	EIWA	Otamendi, Nicolás	Cofundador y CEO
6	2014	Foster Jobs	Badano, Matías	Cofundador y CEO
7	2014	Kilimo	Trad, Jairo	Cofundador y CEO
8	2014	Less Industries	García Marra, Sebastián	Cofundador y CTO
9	2014	Sala 102	Micheloud, Matías	Cofundador y Manager
10	2014	Silcheck	Albino, Juan	Cofundador, Gerente y CPO
11	2015	AgroFinger	Herrmann, Claudia	Cofundadora
12	2015	Biobot	Fux, Santiago	Cofundador, Director de Proyecto y Arquitecto de Firmware
13	2015	Chatruk	Peschiera, José	Cofundador
14	2015	Hay Flete	Peschiera, José	Cofundador
15	2015	Neogram	Fassiano, Anabella	Cofundadora y CTO
16	2015	Nobisagro	Schweizer, Matías	Cofundador
17	2016	Beeflow	Viel, Matías	Cofundador y CEO
18	2016	Humber	Debuchy, Juan José	Cofundador y CEO
19	2017	Farmin/Cattler	Albornoz, Ignacio	Cofundador y CEO
20	2017	Vaqapp	Mckinlay, Santiago	Cofundador y CEO
21	2017	Wuabi	Boryszanski, Alan	Fundador y CEO
22	2018	CControl.Ar	Machado, Claudio	Cofundador y CEO
23	2018	EasyCallPut	Avila Barquin, Gonzalo	Fundador
24	2018	Intelydrone	Wolfmann, Gustavo	Ingeniero de Software Líder
25	2018	Sierras Azules	Liceaga, Sebastián	Fundador, Director de Proyecto y CTO

¹² **CPO (Chief Product Officer / Director de Producto):** Es el responsable de la visión, estrategia y desarrollo de productos de la empresa. Su tarea es asegurar que los productos que desarrolla la empresa satisfagan las necesidades del mercado y los objetivos de negocio.

¹³ **CTO (Chief Technology Officer / Director de Tecnología):** Es el líder técnico de la empresa. Está encargado de la estrategia tecnológica, la infraestructura de TI (hardware, software, redes, sistemas y servicios de soporte y mantenimiento) y de asegurar que la tecnología utilizada impulse el crecimiento y la innovación en la empresa.

¹⁴ **CEO (Chief Executive Officer / Director Ejecutivo / Gerente General):** Es la máxima autoridad de la organización. Es responsable de la estrategia global, la dirección general y los resultados finales de la empresa.

¹⁵ **CRO (Chief Revenue Officer / Director de Ingresos):** Es el encargado de todas las actividades relacionadas con los ingresos de la empresa. Incluye el desarrollo comercial, la gestión de alianzas estratégicas, ventas y marketing, definición de precios y la gestión de la relación con el cliente.

26	2018	SoilOptix	Muguerza, Julián	Director de Proyecto
27	2018	Telemetría	Orden, Luciano	Director de Proyecto
28	2018	Zoomagri	Martinez de Hoz, Fernando	Cofundador y CEO
29	2019	eMilk	Audano, Diego	Cofundador y CEO
30	2019	Kelpie	Torres, Julián	Desarrollador (ex CEO)
31	2019	Nanótica Agro	Laurenza, Julio	Cofundador y CEO
32	2019	Pacta	Pizzio, Mariano	Cofundador y CEO
33	2019	Ponce	Robetto, José	Cofundador y CEO
34	2019	Vertrev	Tiscornia, Santiago Sabato, Alejandro	Cofundador y CPO Cofundador y CCO ¹⁶
35	2020	AgroPro	Eguren, Ignacio	Fundador y CEO
36	2020	Baqueano	Machado, Claudio	Cofundador y CEO
37	2020	DeepAgro	Baruffaldi, Juan Manuel	Cofundador y CEO
38	2020	Moobid (Moover)	Brighenti, Fausto	Cofundador y Director
39	2020	Qualab	Tenerini, Roque	Director de Proyecto
40	2020	RUAS 160	Marinelli, Nicolás	Cofundador y CTO
41	2020	SEGF	Botham, María Lara	Desarrolladora
42	2020	Sincrotrack	Garay, Joaquín	Fundador y CEO
43	2020	WeedCutter	Cola, Ezequiel	Fundador y CEO
44	2021	Agro24	Ancia, Ignacio	Cofundador y CEO
45	2021	Culti	Lagos Mármol, Hernando	Cofundador y CMO
46	2021	Feedvax	Masnyj, Franco	Director de Proyecto
47	2021	Madera Plástica Mendoza	Cano, Leonardo	Cofundador y CEO
48	2021	Modo Agrario	Durante, Matías	Cofundador y CEO
49	2021	Puna Bio	Martínez Levis, Franco	Cofundador y CEO
50	2021	Silopapa	Villar, Germán	Cofundador, CEO y CTO
51	2022	AlphaG	Cusmai, Sergio	Cofundador y CEO
52	2022	Elytron Biotech	Indart, Ana	Cofundadora y CEO
53	2022	eMat	Capeans, Juan Ignacio	Cofundador y COO ¹⁷
54	2022	Griinku	Albertengo, Sebastián	Líder de Vinculación
55	2022	MUU Mercado Digital Ganadero	Favre, Martín	Cofundador y CEO
56	2022	New Agro Coin	Canosa Fano, Ignacio	Cofundador y CPO
57	2023	AIPampa	Rybner, Cristofer	Cofundador y CEO
58	2023	Bactools	Tumini, Franco	Cofundador y COO
59	2023	Dale Vaquita	Pérez, Edgardo	Fundador y CEO
60	2023	El Ojo del Amo	Silveira, Adolfo	Cofundador y CEO
61	2023	Gbot	Santinelli, Nicolás	Cofundador y CEO
62	2023	Nativas	Mac, Gaspar	Cofundador y CEO

¹⁶ **CCO (Chief Commercial Officer / Director Comercial):** Se centra en el desarrollo de la estrategia comercial, ventas, el desarrollo de negocios, y la relación con los clientes y socios.

¹⁷ **COO (Chief Operating Officer / Director de Operaciones):** Es el segundo al mando después del CEO. Supervisa las operaciones diarias y la eficiencia operativa de la empresa. Se asegura de que la empresa funcione sin problemas.

63	2023	Plant Counting	Del Buono, Mariano	Fundador y CEO
64	2023	Sitrase	Cingolani, Gerardo	Director de Proyecto
65	2024	ASU1000 (Earthworms)	Ludueña, Guillermo	Director de Proyecto y CTO
66	2024	Caligenia	Barbarosch, Nicolas	Cofundador y CEO
67	2024	Iagro Global	Almazán Sendino, Daniel	Cofundador y CEO
68	2024	M4Life	Durman, Sandra	Cofundadora y CIO ¹⁸
69	2024	Nucomex	Rodríguez, Gaspar	Cofundador
70	2024	Pastech	Genin, Fernando Marino, Alejandra Insua, Juan	Cofundador y CEO Cofundadora y CCO Cofundador y CPO
71	2024	Qumirnano	Ciaffone, Franco Romero, Cintia Bertani, Romina	Cofundador y CEO Cofundadora y CSO Cofundadora y CRO

¹⁸ **CIO (Chief Innovation Officer / Director de Innovación):** Es el responsable de impulsar la innovación en todos los aspectos de la empresa, desde productos y servicios hasta procesos internos y modelos de negocio.