

BIENVENIDO A MUNDINIX

Conectamos personas. Creamos legado.

Un club global para líderes que buscan experiencias exclusivas, relaciones significativas e inversiones extraordinarias.

SOLICITAR INVITACIÓN

CONOCER MÁS

DESPLAZA PARA DESCUBRIR



COMUNIDAD GLOBAL
Líderes y emprendedores de más de 30 países.



EXPERIENCIAS EXCLUSIVAS
Viajes, eventos y vivencias diseñadas para inspirar.



INVERSIONES INTELIGENTES
Oportunidades globales en negocios, inmuebles y startups.



CONFIANZA Y PRIVACIDAD
Curaduría rigurosa y espacios seguros para crecer.

EXPERIENCIAS QUE TRANSFORMAN

Viaja. Aprende. Invierte. Conecta.

VER TODAS LAS EXPERIENCIAS



UNA COMUNIDAD SIN FRONTERAS

Relaciones que generan impacto.

Mundinix es más que un club, es un ecosistema donde las conexiones correctas abren puertas a un mundo de posibilidades.

1.200+
Miembros

30+
Países

150+
Eventos al año

USD 250M+
En inversiones gestionadas

CONOCE NUESTRA COMUNIDAD



ALIADOS ESTRATÉGICOS



VISTAJET

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

McKinsey
& Company

LVMH

RENAISSANCE
HOTELS

Plan de Negocios CIEX \ MICE

La realidad del momento histórico que atravesamos es que el mercado lo está definiendo la liquidez. Estamos transitando un cambio desde los Estados que eran dueños de territorios y que iban a las guerras por territorios a un dominio de poder que trasciende las fronteras.

Empresas como Palantir, Oracle, Apple están fuertemente ligadas a los gobiernos y la banca de inversiones. La automatización de la bolsa por bots hace que la vieja escuela bursátil parezca una parodia y al final, el índice que se posicionó como líder es el S&P 500 *

Hay muchas start up, hay muchas PyME que funcionan bien en Latinoamérica (en adelante LATAM) lo que les hace falta es conseguir contratos sea con el mundo corporativo, o con gobiernos. Otros, necesitan simplemente extender sus franquicias en otros países, cruzar fronteras.

El problema generalizado en LATAM, es que las empresas de origen (o sea no las multinacionales que se han instalado, sino las que se han originado) topan siempre con el mismo problema: No hay plata. No hay financiación, los bancos piden requisitos imposibles, más facturación, más impuestos.

El objetivo de este proyecto consiste en romper estas barreras. Conseguir capital sin tener que pasar por los requisitos de la banca tradicional y a continuación vamos a explicar cómo:

JUNIO de 2026

Perspectiva de Mundinix

Mundinix puede expandir y convertirse en una Agencia especializada en viajes de negocios personalizados que conectan emprendedores e inversionistas europeos (Italia, Eslovenia, Suiza) con oportunidades en el ABC en adelante Argentina, Brasil Chile. Combinamos agendas de reuniones (contratos públicos, financiamiento, expansión) con aventuras Premium*.

El cruce entre turismo corporativo/MICE y experiencias de aventura Premium es una tendencia fuerte en mercados de alto gasto, especialmente para networking ejecutivo, incentivos corporativos, soft landing de inversionistas, founders/startups, delegaciones internacionales.

El punto clave es que no se venda como “turismo aventura” tradicional, sino como:

- Executive Adventure Experiences
- Business & Nature Retreats
- Strategic Networking Journeys
- Leadership Expeditions
- Investment Discovery Tours

Por qué tiene potencial

1. El MICE tradicional está saturado

Muchos eventos corporativos terminan siendo:

- hotel
- salón
- coffee break
- PowerPoint

Hay que diseccionar lo que realmente quieren (pero no se atreven a decir, cada uno de los actores que van de viaje por negocios a lugares tan distantes y distintos)

Para los asociados de una startup de Europa:

- Conseguir un contrato con una Entidad Publica*
- Hacer una experiencia personal memorable (vacaciones) sin decir “voy de vacaciones” porque quedaría un poco mal con su familia y empresa que están en fase de crecimiento
- vínculos reales
- acceso a personas interesantes
- contenido para redes
- diferenciación

Para los empresarios de LATAM la búsqueda es obtención de financiación (extra bancario) para el proyecto. La mayoría de los proyectos startup de LATAM se quedan sin ser financiados

El factor aventura/naturaleza.

El verdadero valor NO es la aventura

La aventura es el “vehículo emocional”.

El verdadero producto. Entendamos bien estos conceptos, acá hay que aplicar un poco de **psicología de la persona y necesidades de la empresa** o anhelos, **la familia que hay detrás de cada ejecutivo y el origen de los fondos con que se paga el servicio all inclusive :**

Tenemos tipologías de empresas de Europa que NECESITAN URGENTE firmar contratos con entidades gubernamentales de LATAM, esto los posiciona, pero tenemos que entender que el ejecutivo es una persona, tiene una familia, además no sabe cuánto tiempo va a durar en esa empresa, o si esa empresa va a subsistir, entonces, no pensemos en esta persona como si fuera Steve Jobs dedicado al 100 en la empresa donde trabaja (aunque sea suya) un poco esta persona piensa en hacer contactos para sí mismo por si todo falla en el futuro, un poco en pasarla bien como si fuera de vacaciones pero sin decirle a su familia que se fue de vacaciones, y lo demás a lo que vinimos: hacer contratos con municipios, ministerios, empresas, etc.

Los empresarios de LATAM deberían estar un poco más desesperados por posicionarse en la región, pero la cultura los obliga de alguna manera a tomarse las cosas con demasiada calma. Sin embargo cuando resuena la frase mágica “FINANCIACION NO BANCARIA” es como si

tocaran una campana. En menor medida, los empresarios LATAM también se incentivan con el modo vacaciones y networking.

Abriendo los ojos

Todos sabemos que lograr un contrato con un ministerio, municipio, juzgados, etc. no es ir y ofrecer el servicio, por bueno que sea, siempre van a encontrar la manera de decir que no. “No hay presupuesto para eso”, “Tenemos algo mejor”, “Nos ofrecieron algo mejor”, “No es necesario en este momento dadas las prioridades de la situación crítica del país”.

Tampoco basta con conocerlos, invitarlos a cenar y caerles bien, ese es un paso, pero siempre van a tener un “superior” que es el supuesto culpable de que no cierre la propuesta comercial (contrato).

Cuando hablamos de sobornos, es muy complicado, porque el soborno en sí mismo, es por decirlo así, un objeto inanimado, el problema es todo lo que gira en torno a los sobornos: sumario para los funcionarios, escándalos que pueden afectar a todo el gobierno, desprestigio para la empresa contratista con consecuencias ulteriores como la anulación de los contratos, por ser de naturaleza ilícita y todo esto, por la no confianza.

Lo importante es cerrar negocios después de una experiencia de confianza

Santiago tiene ventajas enormes porque se puede combinar en pocas horas: una ciudad moderna, montaña, nieve, viñas, océano, gastronomía, astronomía.

Networking: inversionistas, cámaras de comercio, hubs, autoridades, empresarios

El gran diferenciador

No vender:

“tour”

Sino:

“ecosistema de experiencias empresariales internacionales”

Eso cambia completamente:

- ticket promedio
- branding
- percepción
- partners
- sponsors

Lo más potente

Mundinix tiene todo el potencial para transformarse en:

- club privado
- organizador de delegaciones
- networking internacional

Algo cercano a:

- Davos pequeño
- Adventure Diplomacy Private club
- Soho House <https://www.sohohouse.com/es/>
- Founders trips <https://foundertravel.com/>
- Mice travel <https://www.travelsecurity.cl/>

(adaptado a LATAM)

Riesgo principal

El proyecto puede verse:

demasiado turístico para empresarios

o

demasiado empresarial para turistas

Por eso la estética, branding y narrativa importan muchísimo.

Debe verse:

- cinematográfico
- exclusivo
- internacional
- elegante
- contemporáneo

no como:

- agencia de viajes
- tour operador clásico
- turismo extremo barato

RESUMEN

- Misión: Facilitar conexiones de alto valor entre Europa y LATAM mediante experiencias presenciales que generen negocios reales.
- Objetivo año 1: 8-12 misiones/grupos (80-150 participantes), ingresos ~USD 250.000 - 450.000.
- Ventaja competitiva: Matchmaking profundo + conocimiento local en ABC + foco en segmentos nicho (tech para gobiernos, expansión Pymes, constructoras).
- Inversión inicial estimada: USD 40.000-80.000

2. Descripción del Negocio

- **Servicios principales:**
 - Misiones Comerciales (2-8 días): Agenda B2B + turismo (viñas, Patagonia, termas).
 - Matchmaking personalizado (citas con municipios inversionistas, empresas)
 - Eventos híbridos
 - Paquetes post-viaje (seguimiento, legal, traducción).
- **Modelos de precio:**
 - Paquete empresario: USD 2.500 - 4.500 por persona (incluye agenda, hoteles 4*, traslados, algunas comidas).
 - Comisión por éxito (opcional, 5-10% de deals cerrados).
 - Patrocinios de cámaras/angel capitals.

3. Análisis de Mercado

Oportunidad:

- Chile es líder regional en turismo **MICE** (reuniones, incentivos, congresos) y tiene ecosistema startup fuerte (Start-Up Chile, alto % de startups extranjeras).
- Flujos Europa-Latam: Interés en nearshoring, food-tech, sostenibilidad, infraestructura e IED (Europa sigue siendo inversor relevante aunque con variaciones anuales).
- Demanda LATAM: Emprendedores de Argentina/Uruguay buscan expansión y financiamiento.
- Tamaño mercado turismo LATAM en crecimiento (proyecciones positivas hacia 2030+).

Segmentos prioritarios (como discutimos):

1. Italianos/Eslovenos tech → contratos públicos Chile/Latam.
2. Emprendedores LATAM → financiamiento y expansión.
3. Constructoras/infraestructura.
4. Food-Tech/AgriTech + Inversionistas.
5. Franquicias y servicios escalables.

Competencia: Agencias MICE generales + consultoras de internacionalización.

Nuestro diferenciador: foco emprendedor + matchmaking especializado.

4. Estrategia de Marketing y Ventas

- **Digital:** LinkedIn Ads/Sales Navigator (alto ROI), Google Ads, contenido (casos de éxito, webinars).
- **Alianzas:** Cámaras de Comercio (Ítalo-Chilena, etc.), ProChile, InvestChile, Corfo, Start-Up Chile, bancos (Santander, BBVA).
- **Eventos:** Participar en Expedition MICE
- **Embudo:** Webinars gratuitos → Consulta 1:1 → Viaje pago.
- **Presupuesto marketing año 1:** USD 8.000-15.000.

5. Operaciones

- **Ubicación:** Bases en Santiago, Buenos Aires, Sao Paulo
- **Equipo inicial:** En cada Ciudad tiene que haber un coordinador de operaciones
- **Proveedores:** Hoteles, traductores, consultores sectoriales.
- **Proceso:** Landing Page → Personalización del CIEX → Viaje → Follow-up 30/60/90 días.

6. Proyecciones Financieras (Estimadas Conservadoras)

Ingresos año 1:

- Cada Misión va a tener un valor final diario de calidad 1, 2 o 3
- Por ejemplo el básico es USD 1.000 por día por persona y máximo USD 3.000 por día por persona
- Son “all inclusive”
- Incluyen: Alojamiento, Transporte, Reuniones, Actividades (golf, helisky, etc), Almuerzos con personas clave, Cenas.
- Margen bruto estimado: 35-45% (después de costos directos: hoteles, traslados, matchmaking).

Costos principales:

- Marketing y ventas: 15-20%.
- Operativos y equipo: 25-30%.
- Margen neto esperado año 1: 15-25% (después de impuestos y overhead).

Punto de equilibrio: Alrededor de 4-5 misiones completas. **Escenario año 3:** 25+ misiones, ingresos >USD 1M, posible equipo de 5-7 personas o franquicia.

Fuentes de financiamiento: Bootstrapping, inversionistas ángeles del ecosistema emprendedor, o pre-ventas de paquetes.

7. Análisis SWOT

- **Fortalezas:** Conocimiento nicho, Chile como destino atractivo, timing post-pandemia MICE.
- **Debilidades:** Dependencia de viajes presenciales, competencia.
- **Oportunidades:** Crecimiento del concepto nearshoring, sostenibilidad.

8. Riesgos y Mitigación

- Bajo occupancy → Mínimo viable por misión + espera lista.
- Cambios regulatorios → Diversificar segmentos y destinos (agregar Perú/Colombia).
- Temporada → Enfocarse en primavera/otoño.

Próximos pasos:

1. Crear landing page + perfil LinkedIn optimizado.
2. Contactar 3-5 aliados clave (cámaras).
3. Diseñar el primer piloto

Glosario

LATAM

LATAM para nosotros comprende desde Mexico hacia el sur. Sin embargo hablar de todos los países de LATAM puede parecer demasiado, aunque no nos cerramos, para nosotros lo más fuerte puede estar entre el Cono Sur, incluyendo a Brasil y quizás Colombia y Peru.

MICE

MICE es el acrónimo en inglés de **Meetings, Incentives, Conferences y Exhibitions** (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones). Se refiere a un sector especializado del turismo de negocios que organiza viajes, eventos y congresos corporativos a gran escala.

PALANTIR

Palantir Technologies es una empresa de software estadounidense especializada en el análisis de datos masivos (Big Data) e inteligencia artificial. Su tecnología unifica información dispersa proveniente de múltiples fuentes para revelar patrones ocultos, ayudando a agencias de inteligencia, gobiernos y grandes empresas a tomar decisiones estratégicas y operativas.

SOFT LANDING

El soft landing (o aterrizaje suave) es un término que se utiliza principalmente en economía, pero también en negocios y recursos humanos, para describir una transición controlada y progresiva que busca evitar un colapso, una caída abrupta o un fracaso rotundo

ENTIDAD PUBLICA

Cualquier municipio, gobierno, incluso puede ser alguna empresa privada pero muy corporativizada, que tengan capacidad de firmar contratos con empresas prestadoras (puede ser inteligencia artificial, software, mantenimiento, etc)

S&P 500

Es un índice de las 500 Empresas de EEUU y uno de los principales del mundo. Mide el rendimiento de las acciones de las 500 empresas más grandes que cotizan en las bolsas de Nueva York (NYSE o NASDAQ

Antes de la automatización, era todo la vieja escuela de predecir que empresas iban a valorizarse pero actualmente la idea de los inversores es mantener posiciones en este índice porque así, hay un retorno general del 18% anual.