



MUNDINIX
GLOBAL EXECUTIVE CLUB

Experiencias

Comunidad

Inversiones

Destinos

Mundinix

INICIAR SESIÓN

SOLICITAR INVITACIÓN

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

PATEK PHILIPPE
GENÈVE

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 no solo 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:

AGOSTO de 2026

Como se financia un Proyecto

La banca tradicional solo le sirve a las corporaciones, gobiernos, o bien un crédito de consumo (que muchas veces los empresarios más arriesgados destinan a pequeñas inversiones de start up destinadas a fallar en un 90%). Un banco no le da un crédito a un empresario que quiere expandir su empresa, los bancos son verdaderas mafias de peso pesado. Directamente se roban la información de un plan de negocios y si tiene información interesante venden esa información, no el plan de negocios como un todo. Si existiera el diablo, éste trabajaría en un banco, o sería parte del directorio.

Entonces: Como se hace?

Primero, depende, si la empresa y sus socios / directores son de origen EUR, USA, o LATAM porque son tres escenarios completamente diferentes y es lo primero que hay que entender, muy en resumen que:

EUR: Siempre que sean empresas de innovación, software, robótica, etc. Van a buscar tener un contrato con una entidad pública o corporativa. Con ese contrato van a un fondo de inversión Europeo (mayormente de Suiza) y venden parte de la empresa a los inversores que se asocian.

USA: Los fondos de inversión por participación (Equity) El fondo no presta dinero; compra un porcentaje de las acciones de la empresa. Su meta es multiplicar ese dinero y vender sus acciones años después en la bolsa (IPO) o mediante una adquisición. Si la empresa quiebra, los inversionistas pierden su dinero y no hay una deuda de parte de los empresarios fundadores.

La verdadera "garantía" que el fondo exige a cambio es el control y los derechos legales. Pedirán un asiento en la junta directiva, cláusulas de veto sobre decisiones importantes y preferencia de liquidación si la empresa se vende.

No se trata de una discriminación xenófoba, sino de una estricta preferencia legal, fiscal y de mitigación de riesgos operativos.

Los fondos de EE. UU. tienen una preferencia casi absoluta por empresas constituidas en EE. UU., específicamente como una C-Corporation en el estado de Delaware

Si tu empresa está constituida en un país latinoamericano o europeo, los inversores exigirán realizar un proceso llamado "Flip" antes de transferir los fondos. El Flip consiste en crear una empresa matriz en Delaware que se vuelve dueña del 100% de las acciones de la empresa. Los inversores estadounidenses exigen esto porque las leyes de Delaware les garantizan total predictibilidad jurídica y protección a sus derechos de propiedad intelectual. Entonces esto aplica únicamente para "extranjeros"

LATAM: Hay tres corrientes: unos que Buscan financiación no bancaria para emprender un proyecto nuevo, otros que buscan establecer franquicias de negocios comerciales, algo que se está dando mucho entre Argentina- Chile, Chile- Peru con franquicias como Freddo, restaurantes como La Cabrera, supermercados Mass, y finalmente otras empresas que buscan contratos de servicios con gobiernos, municipios, y corporativo, estos últimos podrían entrar en Mundinix más que nada como facilitadores de info y abridores de oportunidades a empresarios de Europa y es por esto que los vamos a diferenciar.

Descripción General de la Estrategia

Quienes participan y cuál es la contribución que aporta cada uno al grupo Mundinix:

Primero, hagamos una diferenciación entre

Founders (Empresarios o ejecutivos de Europa, necesitan llegar con un contrato firmado a Europa, la empresa es Europea)

Ofrecemos: El CIEX MICE, acceso mediante reuniones, conferencias, lobby, a representantes del gobierno. Esto no quiere decir un soborno directo ni nada ilegal, simplemente un acercamiento para que conozcan directamente la posición y puedan elaborar una estrategia en base a la nueva información. Pero acá es importante aclarar que, aunque aparenta un ambiente muy racional, frio, todos con corbata, la realidad es mucho mas subjetiva.

El CIEX MICE consiste en una “misión” de un pequeño grupo que viaja con una agenda: reuniones, almuerzos, combinados con actividades de turismo aventura.

Los Founders tienen derecho de por vida a la membership y beneficios siempre que se cumplan estas condiciones que son sinérgicamente beneficiosas:

Que contraten una Misión CIEX

Que obtengan un contrato que les beneficie y si no, aporten USD 30.000

Members (Empresarios de LATAM, buscan expandir la operación o sea soft landing, mediante alianzas, franquicias). Los Members pueden financiar su crecimiento mediante conseguir socios de EEUU, de Europa, siempre que demuestren confianza y que garanticen con los suficientes NxB

Los Members se comprometen a quemar 1 NxB por mes, tengan beneficios directos o no, porque es el costo mínimo de mantención del club.

Como compran / obtienen los NxB: Se los pueden comprar a los componentes que los han obtenido mediante aportes al grupo, por ejemplo un diseñador grafico que diseñò la revista, un abogado del grupo que lleva un caso, etc. O ellos mismos pueden contratar personas o empresas que hagan cosas por el grupo

y

Components **PUMA**. (personas en general, que buscan una experiencia personal de aventura en Sudamérica) En este caso, ellos lo ven más como un corto plazo, una prueba, o simplemente experiencias y en Mundinix podemos darles los CIEX, pero invitarlos a eventos, darles acceso a compra venta de NxB, o quieren alquilar un departamento, o son invitados de miembros, pero en todo caso, a diferencia de los Founders y Members no tienen un compromiso de largo plazo con el grupo

En línea general, lo que podemos hacer es orientar las operaciones de Mundinix a obtener ingresos por tres productos/servicios que son clave:

- 1- CIEX: Expediciones all inclusive
- 2- CIEX / MICE
- 3- STAY

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

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 y asegurarse ventajas que los protejan. 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

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

PLAN DE NEGOCIOS:

1 - 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 General

- **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 1.000 - 2.500 por persona por día, (incluye agenda, stay, traslados, 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 CIEC → 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.

Glosario de Deportes que se podrían incluir en las expediciones

Free Ride

El estilo “Fuera de Pista” o “Free Ride”, consiste en esquiar por rutas no marcadas en montañas de gran altura y con nieve polvo. Es el mismo esquiador el que elige su camino con total libertad, enfrentándose a los peligros de la naturaleza y sin posibilidad de echar pie atrás. Para poder realizarlo, los esquiadores deben ser profesionales, estudiar conscientemente cada recorrido y prepararse tanto física como mentalmente durante un largo período de tiempo.

Diving

Buceo. Generalmente es con un tanque de oxígeno y traje. El Buceo también necesita un entrenamiento previo, en caso de que los exploradores no lo tengan, pueden hacer snorkel que no requiere de entrenamiento, o bien tomar clases

Trecking

Hiking o Trecking es más o menos similar. La principal diferencia radica en la duración, el terreno y la exigencia física. El hiking (senderismo) es una caminata recreativa de pocas horas o un día por senderos señalizados, mientras que el trekking es una travesía más larga y exigente que dura varios días, a menudo por terrenos remotos o sin marcar.

Surf

Se dice que el Surf, nació en las costas del pacífico de Sudamérica, aunque hay versiones que sitúan su origen en playas polinesias, la capital del Surf en Chile se encuentra en Pichilemu, aunque también se practica mucho en Brasil, Argentina (Mar del Plata) y en el Perú. La mayoría de los surfistas profesionales que ganan premios son de Australia y USA aunque en los últimos años también Brasil tiene podio

Kayak

El Kayak tiene diversos usos y hay diferentes tipologías ya que no son lo mismo los que se usan en el mar, o en los lagos. En teoría se podría usar el mismo kayak (un kayak de travesía de alta calidad, diseñado para aguas frías y condiciones difíciles). Para el estrecho de Magallanes y el Glaciar Upsala Siempre que esté bien equipado y que todos los miembros del grupo tengan la experiencia y las habilidades necesarias para manejar ambas situaciones.

MTB (Mountain Bike)

Son bicicletas que sirven para hacer bajadas de montaña pero que también pueden usarse para conocer una ciudad