

Chrysalis busca expandir su modelo de incubación de startups por Latinoamérica

■ La incubadora de negocios de la PUCV busca exportar sus programas a Argentina, Colombia, Perú y México.

Con el objetivo de internacionalizar su modelo de incubación y programas de apoyo al emprendimiento e innovación, Chrysalis está en conversaciones con distintas empresas para exportar su metodología durante el próximo año.

Esta es una de las iniciativas que la incubadora de negocios de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso —que cumplirá 15 años en diciembre— tiene en carpeta para 2025, año en el que proyectan trabajar con unas 100 ideas de proyectos.

El gerente general de Chrysalis, Cristhian Aldayuz, comentó que la incubadora recibe desde ideas de negocio hasta startups que están en etapa de creci-

conexión con el mercado”.

Entre los ejes de trabajo está el acompañamiento y formación, así como asesorías y mentorías con una red de 60 mentores. “Nuestro foco es ser un socio estratégico comercial. Entonces todo lo construimos en base a eso”, dijo.

Por Chrysalis, desde su creación en 2009, han pasado más de 1.000 startups o ideas de negocio que han generado 3.000 empleos, y ha gestionado fondos públicos por casi US\$ 15 millones.

Entre las firmas destacadas que han pasado por la incubadora, está Metrics Arts, cofundada por Patricio Cofré y que fue adquirida por EY en 2020.



Equipo de Chrysalis.

miento en sus ventas.

Su metodología considera realizar un diagnóstico a cada una de estas firmas, través del área de captación y perfilarlas según cuatro niveles de estado: *dreamer*, *beginner*, *explorer* y *scaler*.

Según cada perfil, explicó Aldayuz, entregan servicios y programas determinados. “Para los primeros la validación es un factor más relevante. Por ejemplo, *explorer* está enfocado en fortalecer las ventas y el crecimiento”, dijo.

En tanto, a los más avanzados los apoyan en temas de directorio y nivelación financiera para que puedan “lograr instancias reales de

Innovación abierta

Aldayuz contó que en 2020 incursionaron en la generación de negocios corporativos, lo que les permitió entrar en el segmento de la innovación abierta para empresas.

Y ese será uno de los focos para 2025, donde Aldayuz espera poder internacionalizar el modelo de Chrysalis por la región a mitad de año. Ya tienen un convenio de colaboración con la mexicana Bluebox.

“Queremos llegar a otras marcas y organizaciones. La idea es empaquetar estos mismos programas para empezar a hacerlos en otros lugares”, dijo.