

# EL MERCURIO innovación 338

SANTIAGO DE CHILE | 29 | 5 | 2025  
Mail: [innovacion@mercurio.cl](mailto:innovacion@mercurio.cl)  
Instagram: [@innovacion\\_elmercurio](https://www.instagram.com/innovacion_elmercurio)  
LinkedIn: [Innovación El Mercurio](https://www.linkedin.com/company/innovacion-el-mercurio)



Cobertura especial | Best  
Venture Builders Chile 2025

Las tendencias en materia de CVC. 12  
Los desafíos de los programas líderes. 14  
Los 21 programas reconocidos por el ranking. 16 a 112



**DÍA DE LA  
REUTILIZACIÓN:**  
Las historias de cuatro  
empresas que se aliaron  
con emprendimientos  
para avanzar hacia la  
economía circular. 134



El Ranking Best  
Venture Builders  
2025 reconoce a  
21 programas  
líderes. El detalle  
está en las pági-  
nas 14 a 112.



MANUEL FERNÁNDEZ

CORPORATE  
VENTURE CAPITAL

**32**

programas se identi-  
ficaron en grandes  
empresas para 2025.

**67%**

de los programas de  
CVC señalan no ma-  
nejar un periodo defi-  
nido para la coloca-  
ción de su fondo.

**42%**

prefiere la etapa Seed,  
un 50% el equipo de  
Serie A y el 8% no  
tiene preferencia.

**48%**

de los miembros de  
estos equipos son  
parte formal de la  
empresa matriz, y 55%  
tiene experiencia  
previa en alguna forma  
de venture capital.

**25%**

de los líderes por-  
torean al grupo etario  
entre 30 y 39 años,  
mientras que un 75%  
se ubican en el rango  
de edad entre  
40 y 49 años.

**58%**

de los equipos están  
compuestos por hom-  
bres, mientras que en  
un 42% por mujeres.  
Dentro de los líderes  
de los programas de  
CVC encuestados,  
existe una leve mayo-  
ría masculina.

**33%**

de los líderes de la  
muestra señalan que  
cuestion con certifi-  
caciones o posgra-  
dos específicos en  
venture capital.

RADIOGRAFÍA ANUAL ANALIZA EL AVANCE DE LA INNOVACIÓN ABIERTA EN GRANDES EMPRESAS CHILENAS:

## Ranking Best Venture Builders 2025 destaca que la mitad de la inversión de riesgo corporativo en Chile ya está vinculada a inteligencia artificial

El estudio destaca el crecimiento sostenido de los  
modelos de corporate venture capital y venture client  
en Chile, con mayor inversión y foco en inteligencia  
artificial. FERNANDA GUAJARDO y SOFÍA MALUENDA

Con la participación de repre-  
sentantes de grandes empre-  
sas se realizó en el ESE Busi-  
ness School de la Universi-  
dad de los Andes la pre-  
sentación del Ranking Best Venture  
Builders Chile 2025, elaborado por MIC  
Business Consulting y publicado en ex-  
clusiva por "El Mercurio". El encuentro  
se desarrolló en formato desayuno y  
permitió conocer los principales ha-  
llazgos del estudio, que analiza el esta-  
do actual de la innovación abierta en  
Chile a través de dos modelos: Corpo-  
rate Venture Capital (CVC) y Venture  
Client (VC).

La directora general del ESE, Karin  
Jørgensen, dio inicio a la jornada des-  
tacando el rol transformador que tienen  
las empresas al involucrarse activa-  
mente en este tipo de iniciativas. "Este  
es un ranking importante, que más que  
para premiar, está para difundir y para  
dar a conocer todo lo que ustedes ha-

cen", señaló.  
Por su parte, Patricio Cortés, socio se-  
nior de MIC Business Consulting, ex-  
plicó que este año se identificaron 76 pro-  
gramas activos: 32 de CVC y 44 de VC,  
con resultados que evidencian una evo-  
lución tanto en inversión como en so-  
licitación operativa (ver página 12).

### INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y AUMENTO DE PRESUPUESTOS

Uno de los datos más significativos  
del estudio es que el 50% de las inver-  
siones realizadas por programas de CVC y  
VC en Chile están hoy vinculadas a so-  
luciones con inteligencia artificial. Esta ci-  
fra marca una diferencia importante  
respecto de años anteriores y muestra  
cómo esta tecnología ha pasado a ocu-  
par un lugar central en las estrategias de  
innovación.

Por otro lado, ambos modelos mues-  
tran distintos grados de madurez. Mien-

tras que el VC permite ensayar solu-  
ciones con mayor rapidez, el CVC apunta a  
generar impacto estratégico de largo pla-  
zo mediante inversiones en startups ali-  
neadas con los objetivos de la empresa.

### CONTEXTO OPERATIVO Y NUEVAS METRICAS

Un hallazgo relevante del estudio es  
la relación entre el tipo de industria y la  
cantidad de pilotos que una empresa  
puede realizar. Las compañías con alta  
inversión en infraestructura —como  
minería o manufactura— suelen ejecu-  
tar menos pilotos, debido a los costos  
operativos asociados. En cambio, las  
empresas de servicios digitales tienen  
mayor capacidad de ensayo.

Este análisis ha dado lugar a una  
nueva métrica que será incluida en fu-  
turas versiones del ranking: los "pilotos  
equivalentes". Esta metodología busca  
ajustar la evaluación del esfuerzo inno-  
vador según el contexto operativo de  
cada empresa. "No se puede comparar  
directamente una empresa que hace 10  
pilotos con otra que hace 100, si sus  
condiciones estructurales son distin-  
tas", explicó Cortés.

### EQUIPOS Y FORMACIÓN

En cuanto a los equipos que lideran  
estos programas, los CVC cuentan con  
profesionales de mayor experiencia, en  
su mayoría entre 40 y 49 años, con for-  
mación en universidades internacio-  
nales como Stanford, Harvard y MIT. Un  
58% de los líderes proviene de promo-  
ciones internas.

Los equipos de VC, por su parte, son  
más jóvenes (promedio de 37 años),  
proviene en su totalidad de la empre-  
sa matriz y se enfocan en resultados de  
corto plazo: el 68,5% de estos progra-  
mas espera impacto en uno o dos años.

### UNA INICIATIVA QUE CONECTA EMPRESA, ACADEMIA Y MEDIOS

La jornada concluyó con un llama-  
do a seguir fortaleciendo la colabora-  
ción entre empresas, academia y me-  
dios para impulsar la innovación en el  
país. "Compartimos la convicción de  
que difundir [el ranking] es muy bue-  
no para el país", dijo Jørgensen, agra-  
deciendo la alianza entre el ESE Busi-  
ness School, MIC Business Consulting  
y "El Mercurio".

### DESAFÍOS VAN DESDE CÓMO BALANCEAR TENSIONES HASTA LA ESCALABILIDAD

Un desayuno reunió a los representantes de empre-  
sas de estos destacados programas de CVC y VC, donde  
hubo una instancia para que cada ejecutivo pudiera  
compartir sus impresiones con la mesa. Allí, se generó  
un interesante debate acerca de los desafíos en rela-  
ción a estos programas de innovación abierta.

"La verdad es que es un desafío relevante. Nosotros  
hemos ido haciendo ajustes en nuestro modelo perma-  
nentemente", dijo uno de ellos, poniendo énfasis en  
lograr la escalabilidad. "Una cosa es pilotear, que este  
negocio me convence, puede funcionar, y otra cosa es  
es decir luego cómo escalo este negocio. Eso ha sido un  
desafío: ir a esas compañías sin matar este espíritu  
emprendedor, estas ganas que tienen de comerse al  
mundo, pero con la responsabilidad de las corpora-  
ciones de hacer modelos que sean robustos y sólidos en el  
tiempo". Lo anterior dice, puede generar tensiones. El  
desafío es cómo manejarlas y generar algo positivo.

"La gran reflexión es cómo empresas bastante con-  
vencionales se atreven. Son atrevidas en la posibilidad  
de entrar a un mundo totalmente incierto y desconoci-  
do, que genera tensión y un nivel de incertidumbre  
importante, y que a la vez te permite responder a esas  
ventanas de oportunidad en las que sabes hoy día son  
escasas", sostuvo otra de las ejecutivas presentes.



"Este es un ranking  
importante, que  
más que para  
premiar, está para  
dar a conocer todo lo  
hacen las empresas".  
KARIN JØRGENSEN  
Directora general del ESE  
Business School.

VENTURE CLIENT

**44**

programas se identificaron en  
grandes empresas para 2025.

**68,5%**

de los programas optan por  
resultados a corto plazo (1-2  
años) y el 31,6% espera impacto  
de 3 a 5 años.

**94,7%**

prefiere startups en etapa de  
escalabilidad. Le siguen las  
startups en fase de lanzamiento  
y crecimiento con un 84,2%, y  
las que han alcanzado el finan-  
ciamiento inicial con un 57,9%.

**100%**

de estos equipos proviene de la  
empresa matriz.

**37,2 años**

es el promedio de edad. La mayo-  
ría de los programas tiene equipos y  
líderes entre 30 a 46 años.

**32%**

de los programas de venture client  
están compuestos por mujeres.

**68%**

tiene grado master, el 50% de los  
líderes ha estudiado en el extranje-  
ro, en instituciones como Babson  
College, Harvard University y la  
Universidad de Michigan.

