



Memorias Capital Summit 2023

Agradecemos a los patrocinadores por hacer esto posible



Introducción

La Cámara de Comercio de Cali llevó a cabo la cuarta versión del Capital Summit. El Epicentro de inversión de Latinoamérica sobrepasó expectativas en dos días de conexiones, innovación y crecimiento empresarial. **El Capital recibió 768 emprendedores, 410 startups, 159 inversionistas, 231 corporativos, 44 entidades financieras y no financieras; tuvo un total de 471 citas efectivas y congregó más de 2.200 asistentes de Colombia, Estados Unidos, México, Chile, Guatemala, Argentina, Costa Rica, Panamá, Perú y España.**

Con este evento, nuestra principal prioridad fue que los asistentes lograran conectar con oportunidades. Oportunidades que se reflejaron en las más de 400 citas de negocio. Además, nuestro top 50 de startups negociaron en promedio cerca de US\$1.5 millones en oportunidades de inversión. Gracias a este evento, en Cali está creciendo el interés en el financiamiento y la innovación, hay apropiación y se están transformando los modelos mentales de emprendimiento. Por ello, en las memorias del evento compartimos el material más relevante de nuestros speakers con el fin de que los emprendedores puedan aplicarlo en sus empresas y escalar sus modelos de negocio.



Cámara de
Comercio de
Cali

Capital
Summit

¡Los principales actores del ecosistema en 1 solo lugar!





Cámara de
Comercio de
Cali

Capital
Summit

Escanéame



Camara Comercio Cali



/camaradecomerciocali



/camaradecomerciodecali



/camaracali



@camaracali



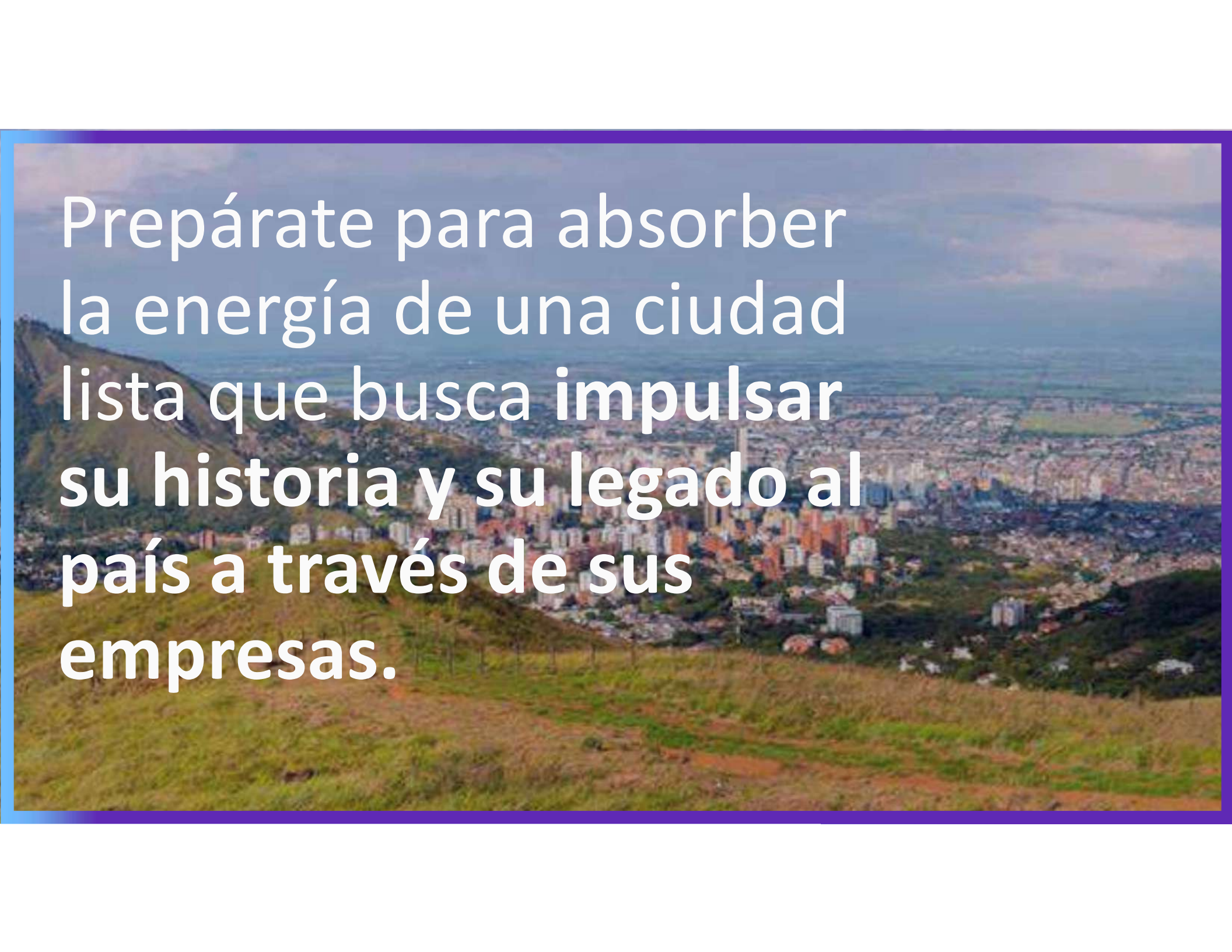
capitalsummit@ccc.org.co



www.ccc.org.co

**Ta ta ta ta tá
¡Cali!**

¡Bienvenidos al Capital Summit 2023!

An aerial photograph of a city built on a hillside, with mountains in the background. The city is densely packed with buildings, and the foreground shows a grassy slope. The text is overlaid on the left side of the image.

Prepárate para absorber
la energía de una ciudad
lista que busca **impulsar**
su historia y su legado al
país a través de sus
empresas.

Cali ha sido el epicentro modesto de grandes cosas. Así como los grandes de la Salsa han pasado por aquí, la industria incipiente de los 80s, dejó huella.

Construyendo un legado empresarial que aún se respira.

Rubén Blades y Héctor Lavoe
en un bus rumbo a Juanchito



Somos cuna de **grandes** **empresas...**



Antiguo edificio Carvajal,
ubicado en la Cra. 4 con calle 13
Año 1963



Familia Carvajal Sinisterra.
Primero de enero, 1970



♪ Busca ♪
por dentro...

...que hay una fuente inagotable de agua fresca...

Nuestro ADN sigue intacto

Diversidad cultural, creativa y emprendedora



Primer lugar en
**Sofisticación y
Diversificación
Productiva**



Ganamos por 4ta vez el
premio **Destino Ciudad
Cultural Líder de
Sudamérica**



En 2019 la UNESCO
nos reconoció como
City of Media Arts



**Donde hay creatividad, hay
soluciones... Y donde hay
soluciones, hay oportunidades de
inversión.**

Crecimiento del PIB al 2022

8ptos.

7.3ptos.

Colombia

Valle del
Cauca

En los últimos 5 años hemos ganado más de 40 posiciones en los Rankings que evalúan a **las mejores ciudades para emprender en el mundo.**



Cali

En el Global Startup Ecosystem Index pasamos de ocupar la posición 330 en 2020 a ocupar la posición 282 actualmente.

¿Qué tal el clima?

*Empresarial



43%

Comercio exterior del país



6.400 empresas

En los encadenamientos productivos
del Valle del Cauca



Plataforma
Cluster



Excelencia Clínica

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Energía Inteligente

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Economía Digital

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Belleza

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Hábitat Urbano

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Macrosnacks

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Experiencias

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Proteína Blanca

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Sistema Moda

INICIATIVA CLÚSTER / CALI - VALLE DEL CAUCA



Al son que le toquen... **¡Baile!**



Si no sabe, no se preocupe, que acá le
enseñamos a echar un pie.

Algunos tips



Se vale stalker, 1.000 views
en LinkedIn en 10 min.



Seleccione 5 personas con las que quiera
hablar, escribales, dícales que aquí está.



Aproveche las zonas de
networking para conectar.

Esto es
cuestión de
pandebono

En Cali, las conversaciones y
negocios se resuelven fácil.





Emprendedores

Tres Campanas que hoy resuenan



Corporate
Venturing



Venture
Capital



Impact
Venturing



¡Agúzate!

Aproveche y déjese ver...

Cómo no amañarse aquí...

200 Inversionistas

\$ 1,3

**Billones de dólares listos
para invertir en Colombia**



Canadá



Chile



Colombia



México



España



USA



Argentina

La **FANIA** se debe unir con la **MAGIA**

214 Corporativos

+ 9 Retos lanzados

24 Solucionadores

Startups

\$ 19,59 Millones
de dólares

 **23**

Mil empleos
generados

473 Startups



FinTech
(31,1%)

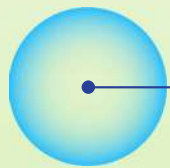
EduTech
(9,1%)

HealTech
(8,2%)

PropTech
(7,4%)

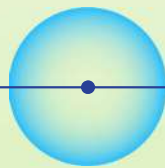
AgroTech
(6,1%)

Que no se les escape nada



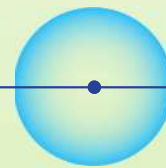
"La Tarima"

Tendencias
Historias
Respuestas



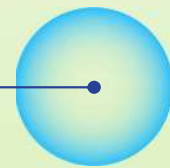
Conecta

Founder Spot
Accelerator Room
Casas del éxito
Zona Networking



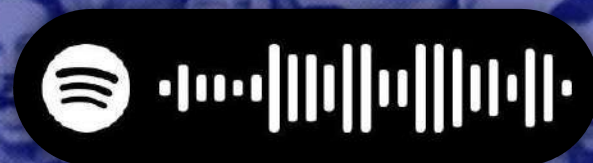
Casas

Founder Spot
Accelerator Room
Casas del éxito
Zona Networking



Shows de cierre

She loves Tech
Startup Olympics Challenge



¡A azotar baldosa!

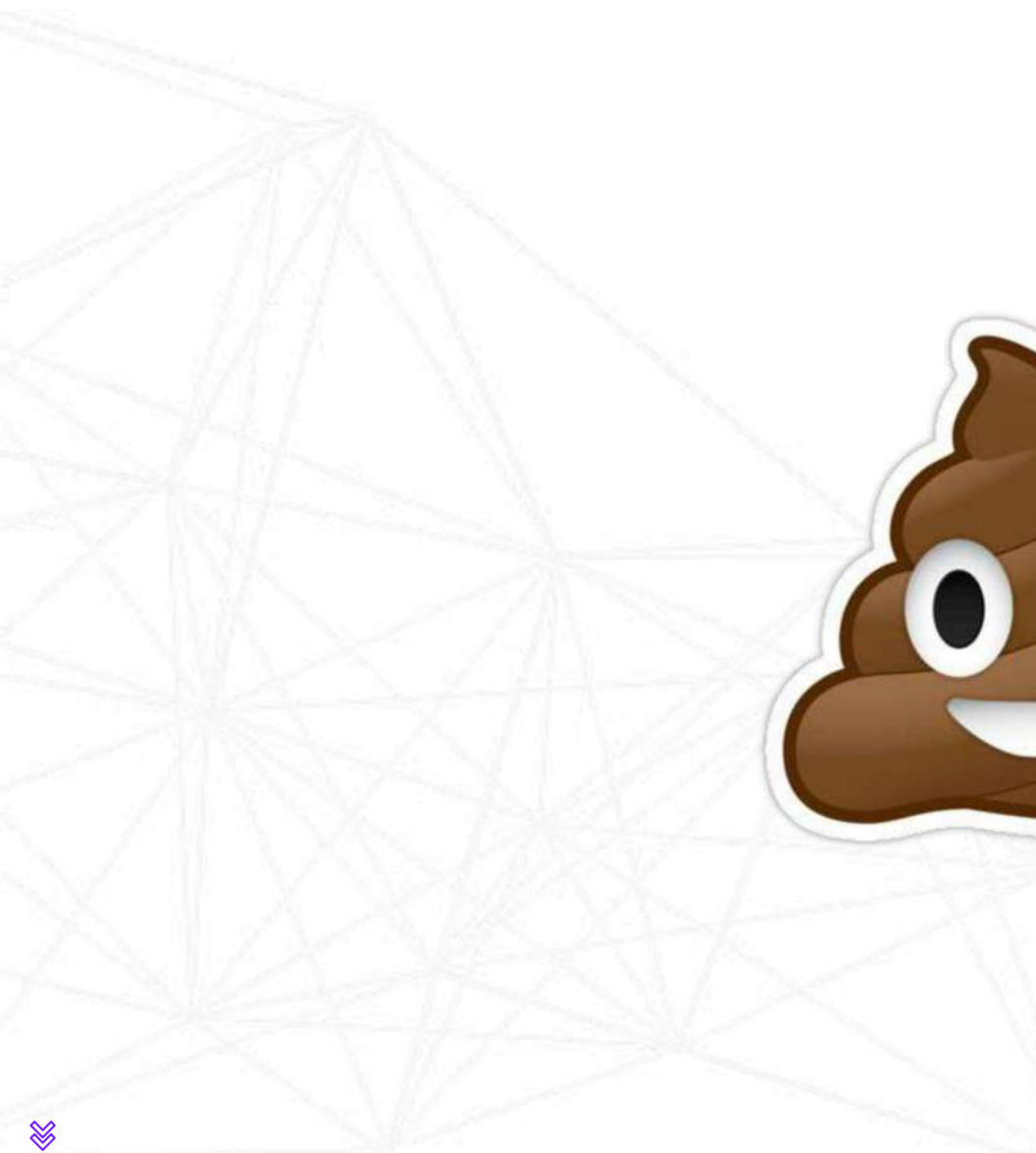
*Así se veía el ecosistema antes, no se quede por fuera de la foto.

CREAR

CRESER

VENDER





&... REPEAT

MI MAGIA...



GRACIAS

Hola, somos **envío**.
Construimos empresas que
cambian el mundo

CAPITAL SUMMIT
CALI, COLOMBIA
6 SEPTEMBER 2023



Introducción y estructura de la charla



Eveline Jansen
ADMINISTRADORA REGIONAL
DEL PROGRAMA



Nils Erik Lindeen
EX-VENTURE BUILDER
& CO-FUNDADOR DE SAVIA



01
Introducción
de Enviu

02
Metodología:
Cómo hacemos
lo que hacemos!

03
Vitrina – Metodología
en práctica:
construyendo una
empresa en Chile

04
Cierre, taller



01 Introducción de Enviu



ENVIU ES UN “VENTURE BUILDING STUDIO” GLOBAL QUE CONSTRUYE EMPRENDIMIENTOS EN ECONOMÍA CIRCULAR, SISTEMAS ALIMENTICIOS E INCLUSIÓN FINANCIERA



Contribuyendo a la mayoría de ODS's: 1|3|8|12|13|14|15

enviu Netherlands

- **EST. 2004, OFICINA CENTRAL**
- **PROGRAMAS:** Circular Apparel, Circular Plastics, Circular Mobility
- **EMPRESAS:** Future Proof Shipping, Upset!, Thusihulp Rotterdam, Desertspring

enviu India

- **EST. 2012**
- **PROGRAMAS:** Circular Apparel, Financial Inclusion
- **EMPRESAS:** Lakshya, Khaloom, Three Wheels United, Discovered, Homeals, Puraloop

enviu Southeast Asia

- **EST. 2019**
- **PROGRAMAS:** Zero Waste - Plastics
- **EMPRESAS:** Kecipir, Econesia, Muuse Indonesia, Alner

enviu Chile

- **EST. 2019, Closed - 2020**
- **PROGRAMAS:** Circular Plastics, Food Systems
- **EMPRESAS:** Savia

enviu East Africa

- **EST. 2018**
- **PROGRAMAS:** Food Loss, Financial Inclusion
- **EMPRESAS:** SokoFresh, Peoples Pension Ghana, Peoples Pension Rwanda, MloZone, Shambani Pro, HalisiGro



Porqué

Una economía global que sirve a las personas y al planeta. Una economía que enriquezca la vida de todas las personas. Una economía que utilice de manera sostenible los valiosos y limitados recursos que brinda nuestro planeta.

Cómo

Emprendimiento impulsado por el impacto es clave para resolver los mayores problemas sociales y ambientales del mundo. Soluciones empresariales innovadoras como fuerza para el bien. Sólo entonces se podrá lograr un cambio sostenible y duradero.

Qué

Diseñamos, creamos, construimos y hacemos crecer empresas que abordan problemas ambientales y sociales globales y tienen como objetivo impulsar los mercados en quiebra hacia una nueva normalidad.

La sostenibilidad y el impacto social son temas que cada vez se discuten más y en los últimos años se han convertido en un asunto crucial dentro de países, empresas y fundaciones.



Porqué hace tanto sentido:



Hay un impulso político hacia el cero neto.



Las corrientes financieras se centran cada vez más en empresas que sean positivas para las personas y el planeta.



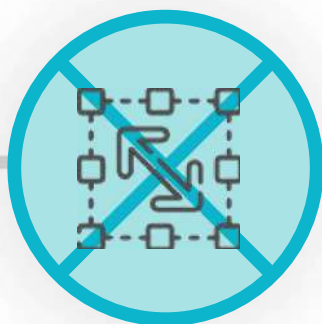
Construir negocios con impacto internalizado desde el inicio >> "retrofitting".

AUNQUE LA MAYORÍA DE LOS EMPRENDIMIENTOS NO LOGRAN CAMBIAR MERCADOS RADICALMENTE



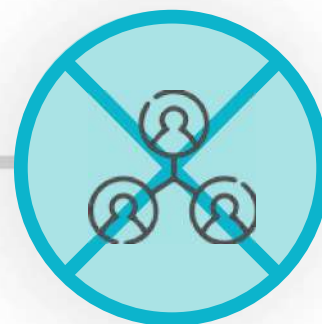
No fundamental

En lugar de abordar la causa raíz del sistema, están tratando los síntomas.



Falta de escalabilidad

No diseñado para deseabilidad (demanda limitada) y/o escalabilidad (mercado limitado).



Configuración insuficiente

El equipo no es lo suficientemente fuerte y/o falta una red de apoyo (socios, expertos, asesores, etc.).



Falta de recursos

Fondos limitados para pasar de la etapa inicial a la inversión comercial y escalar hasta el punto de inflexión en el mercado.

CÓMO ENFRENTAMOS ESTOS DESAFÍOS





02

Metodología: Cómo hacemos lo que hacemos!



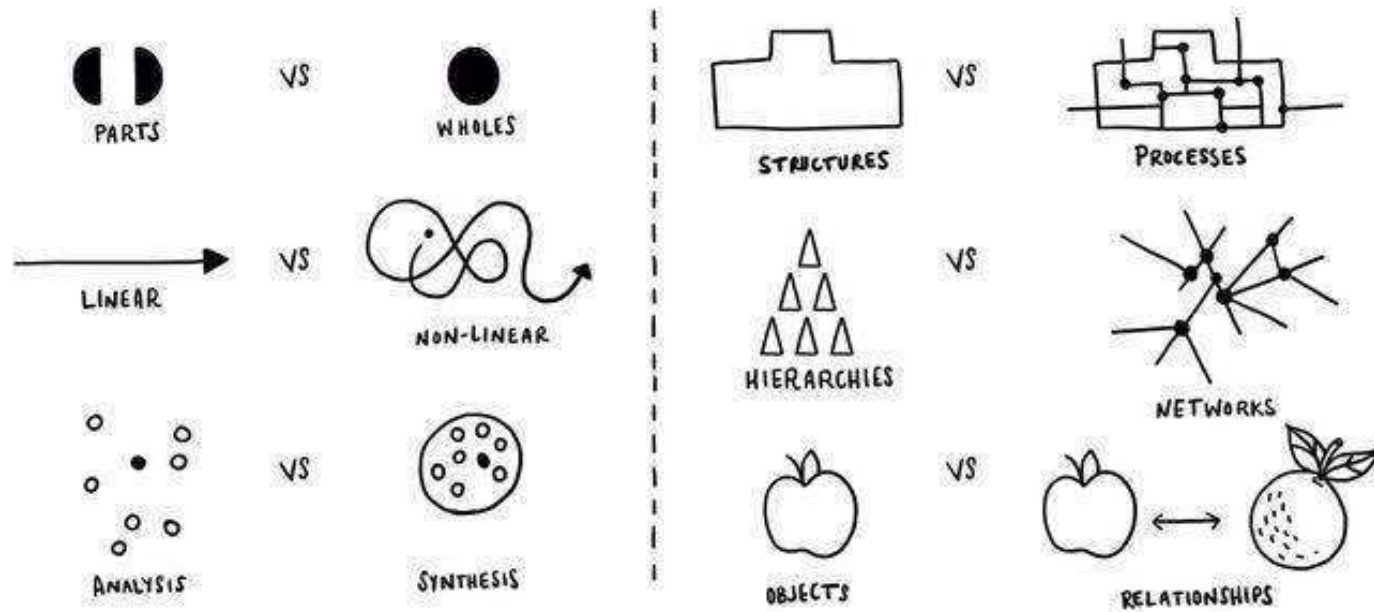
CREEMOS QUE CONSTRUIR EMPRENDIMIENTOS ES CLAVE PARA IMPULSAR UN CAMBIO DE MERCADO Y CONSTRUIR UN SISTEMA SOSTENIBLE

TEORÍA DEL CAMBIO



EL PENSAMIENTO SISTÉMICO ES UNA FORMA DE VER LOS PROBLEMAS COMPLEJOS Y DESARROLLAR SOLUCIONES MÁS EFICIENTES

Herramientas de un pensador sistémico

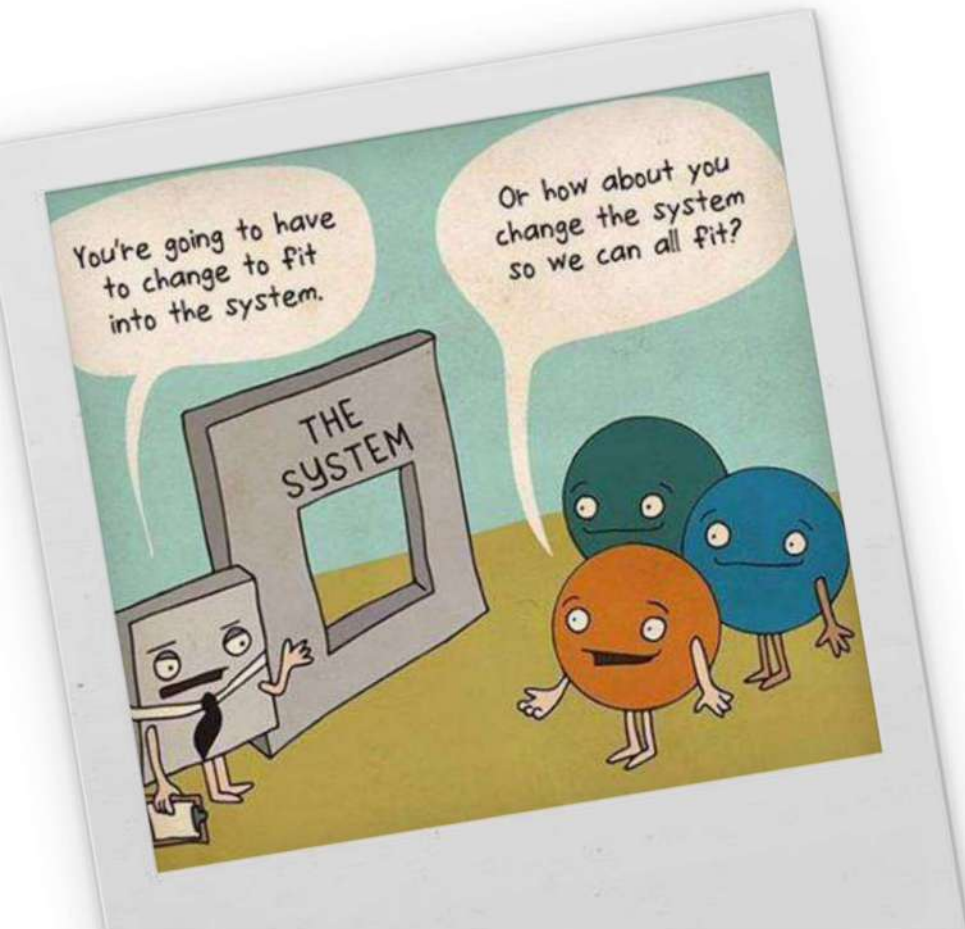


ENVIU COMIENZA MIRANDO UN ERROR DEL SISTEMA

Un error de sistema se define como un sistema que no funciona bien y causa un gran daño social y ambiental.

Crear un impacto sostenible consiste en cambiar fundamentalmente ese sistema que no funciona.

IMPULSAMOS UN CAMBIO EN EL SISTEMA CONSTRUYENDO EMPRESAS IMPACTANTES



Cambio sistémico:

Un proceso intencional para lograr un cambio duradero, abordando fundamentalmente los mecanismos estructurales que hacen que el sistema opere de una manera particular.

Construimos negocios que utilizan los puntos débiles de un sistema como palanca.

El 'puente roto' es un error de sistema identificado en Colombia.



Alto desempleo juvenil en Colombia.



Al mismo tiempo, los empleadores no pueden encontrar a las personas adecuadas para las vacantes.



Ejemplo de un sistema roto: hay un problema para cerrar la brecha de habilidades.

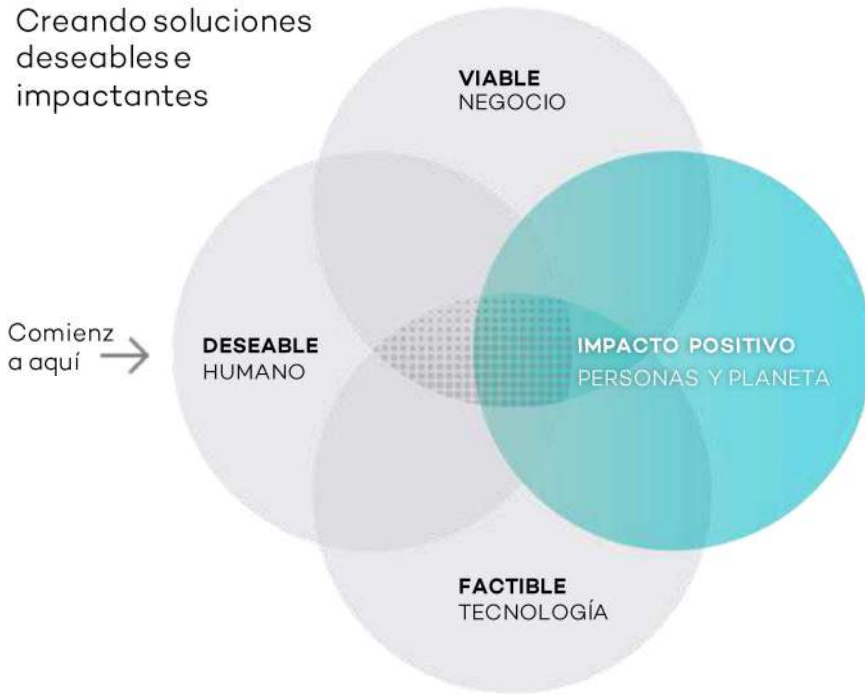


Volveremos a esto al final de la charla y durante toda la conferencia.

APLICAMOS MÉTODOS COMPLEMENTARIOS PARA CONSTRUIR SOLUCIONES ESCALABLES IMPACTANTES

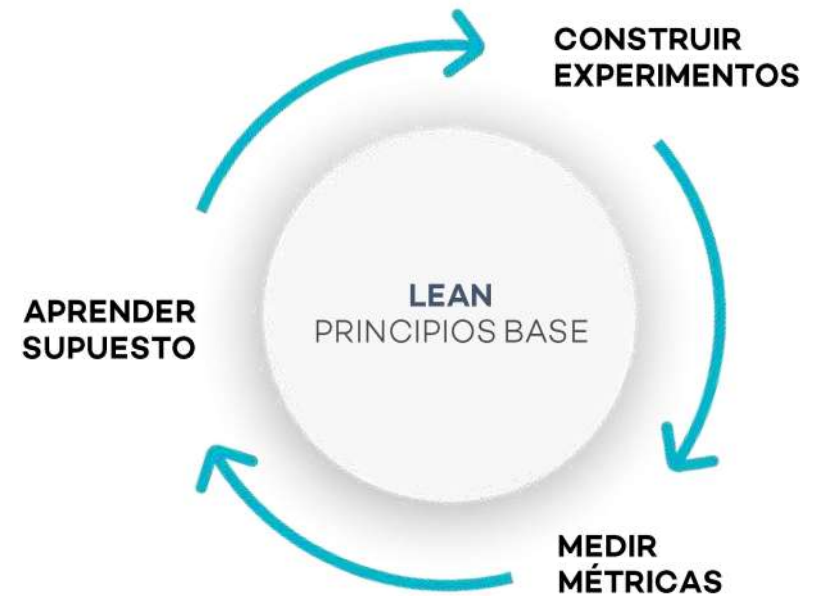
HCD ofrece una caja de herramientas para comprender a sus clientes e idear soluciones

Creando soluciones deseables e impactantes



Originally adapted by IDEO.com

LEAN Startup es un método/marco para medir y aprender lo más rápido posible





03

**Vitrina – Metodología
Enviu en práctica:
construyendo una
empresa en Chile**

El método



Busque estas etiquetas en las siguientes diapositivas:



1. Análisis de Problemas



2. Ideación



3. Validación



4. Lanzamiento



5. Crecimiento

1. Análisis de Problemas

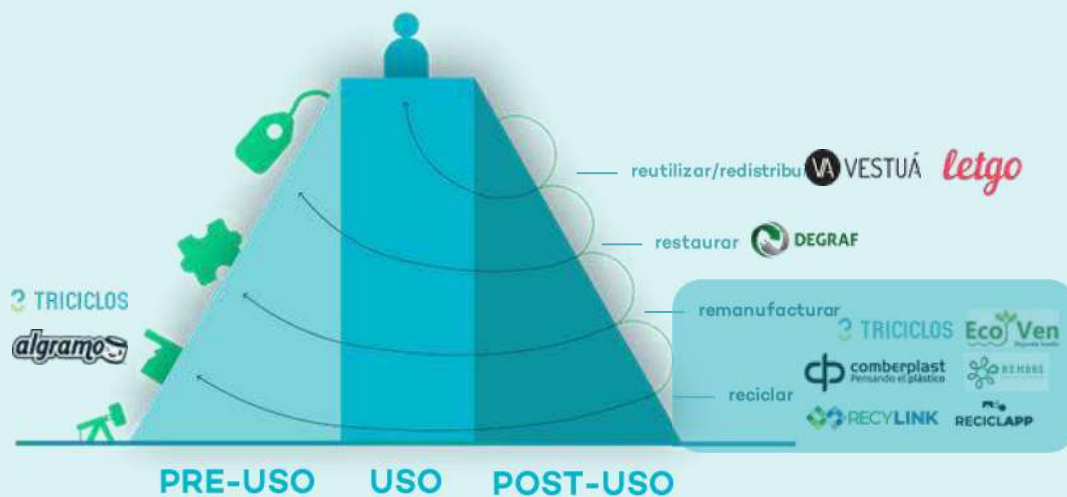
- Abordar la causa raíz
- En el punto de apalancamiento del sistema
- Teoría del cambio



CONTEXTO: SURGEN SOLUCIONES Y MÁS SE ENFOCAN EN EL RECICLAJE; NECESIDAD DE MÁS INNOVACIONES PARA CREAR UNA ECONOMÍA CIRCULAR

EMPRENDIMIENTOS CIRCULARES EN CHILE LOCALIZADOS EN LA MONTAÑA DE VALOR

awto 



ECOSISTEMA: CONSULTORÍA, PLATAFORMAS, ETC:



- Desarrollos en Chile, incluyendo la nueva ley impulsó las empresas emergentes en el ámbito de la economía circular.
- Ya existen algunas empresas emergentes y en expansión muy exitosas, como Triciclos, Rembre y Algramo.
- Sin embargo, los emprendimientos/start-ups actuales en Chile se centran principalmente en la recolección y el reciclaje de residuos.
- Se necesitan soluciones más innovadoras para abordar todos los problemas y crear realmente una economía circular.

2. Ideación

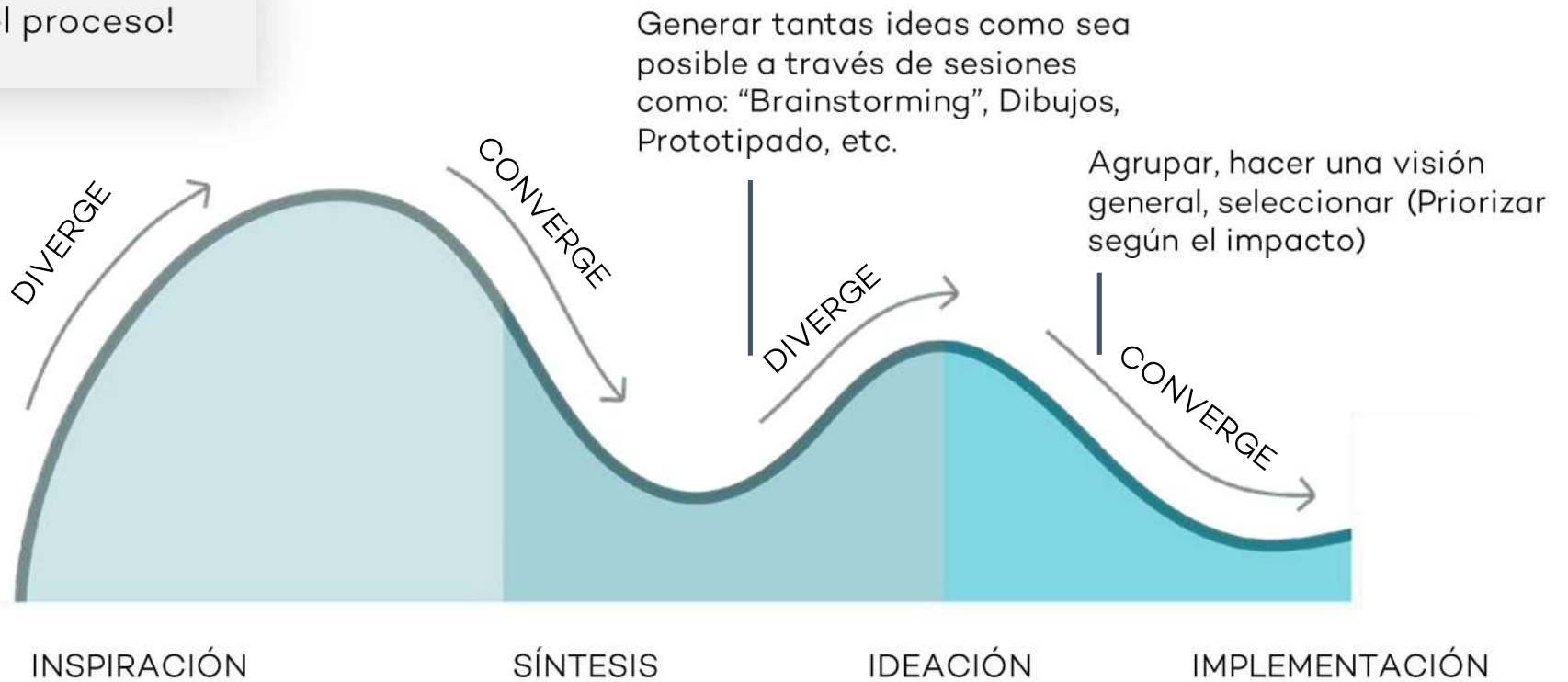
Diseñado para:

- Atractivo
- Escalable
- Replicable



IDEACIÓN

¡Confía en el proceso!



PROBLEMAS: LA CADENA DE VALOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS SE ENFRENTA A SEVEROS AMBIENTALES Y PROBLEMAS SOCIALES QUE NOS ESFORZAMOS POR ABORDAR

OTROS ERRORES DEL SISTEMA



Gran número de pequeños agricultores con ingresos limitados y sin acceso a mercados y prácticas de sostenibilidad

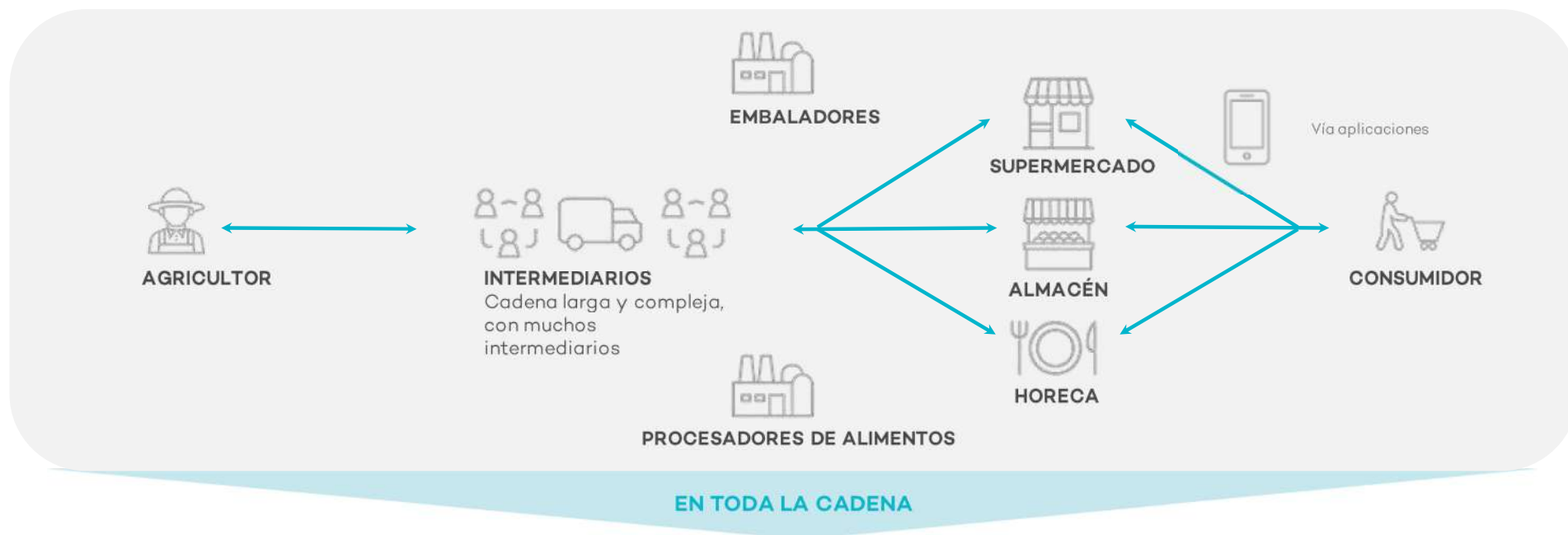


Degradación del suelo y desertificación



Escasez de agua

CADENA DE VALOR SIMPLIFICADA



PROBLEMAS DE RESIDUOS



Pérdida y desperdicio de alimentos, valorados muy limitadamente

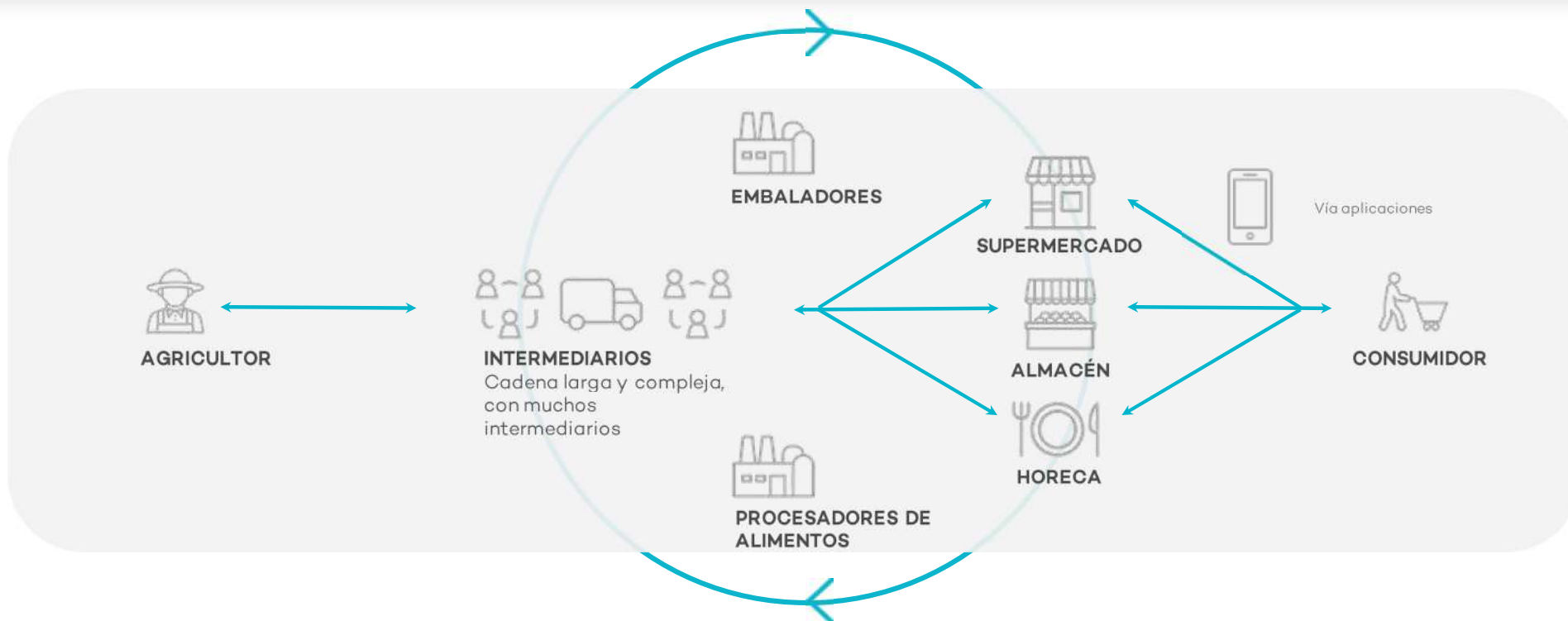


Residuos plásticos de un solo uso generados, incluyendo conservación de productos, envasado de bebidas y comidas para delivery



Falta de gestión de residuos.

AMBICIÓN: CREAR UNA ECONOMÍA ALIMENTARIA CIRCULAR EN AMÉRICA LATINA, COMENZANDO POR CHILE



- Aumento de los ingresos para el agricultor
- Agricultura sostenible
- Restauración de suelos
- Eliminar la pérdida de alimentos, previniéndola y reutilizándola
- Eliminar el desperdicio de plástico, reducirlo y reutilizarlo
- Proporcionar a los consumidores acceso a productos sostenibles.





Restauración del suelo

El objetivo del proyecto DesertSpring es cultivar una planta específica que puede utilizar tierras degradadas en Chile y que tiene un caso de negocio.



Del campo a la mesa

Acortar la cadena de valor. Frutas y verduras desde la granja hasta la mesa. Permite entregar un valor justo al productor. Entregando frutas y verduras frescas a los consumidores



Envases reutilizables – Sistema central

Envases reutilizables para comidas y bebidas siendo capturados mediante un sistema centralizado de recolección de envases

3. Validación

- Validación LEAN
- Lanzamiento a clients
- Equipo/liderazgo

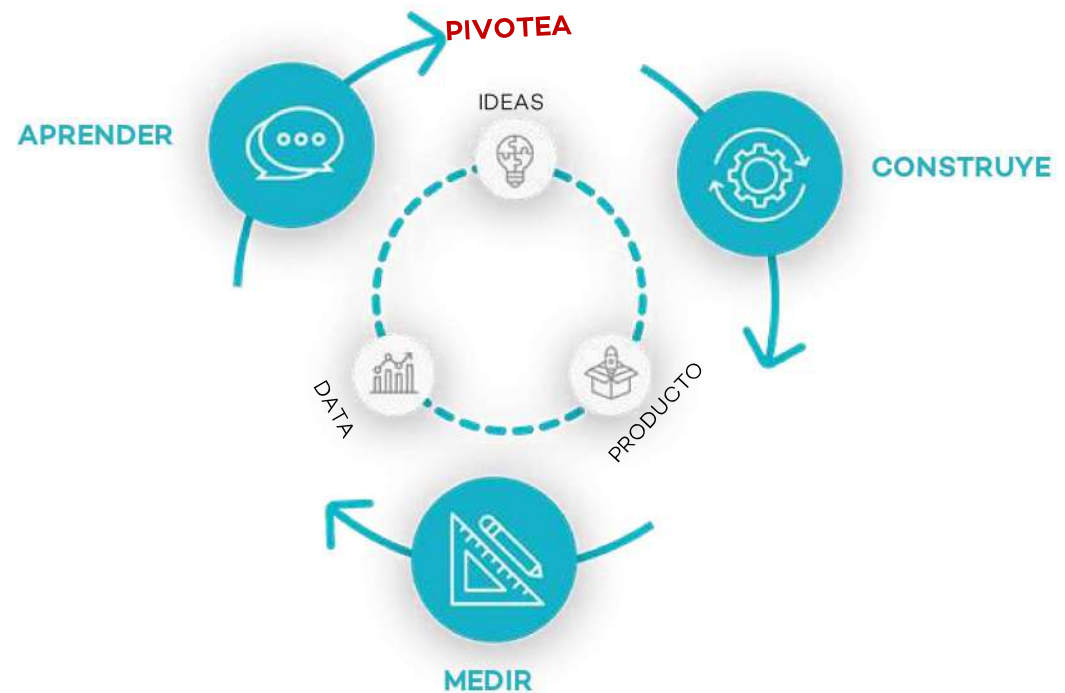


Comprobar si la idea del modelo de negocio aborda las necesidades y los puntos débiles de los clientes.

- ✓ Traza tu modelo de negocio
- ✓ Formula tus suposiciones
- ✓ Pruébalo en la vida real: aprende
- ✓ Construye un PMV
- ✓ Pivotear o perseverar



Principio de Lean Start Up:
CONSTRUIR – MEDIR – APRENDER



HERRAMIENTAS DE VALIDACIÓN PARA AYUDARLE A PENSAR EN SU IDEA, Y LO QUE NECESITAS VALIDAR



Innovation: **Name**

Problem List your top 1-3 problems...	Solution Outline a possible solution for each problem...	Unique Value Proposition Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention...	Unfair Advantage Something that can not easily be bought or copied...	Customer Segments List your target customers and users...
	Key Metrics List the key numbers that tell you how your business is doing...	Impact Describe the impact ambition...	Channels List your path to consumers (inbound or outbound)...	
Existing alternatives List how these problems are solved today...		Cost Structure List your fixed and variable costs...		
		Revenue Streams List your sources of revenue...		

Test Card @Strategyzer

Test Name	Deadline
Assigned to	Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that *processes created with the new authoring process will be more efficient.*

CRITICAL: ▲ ▲ ▲

STEP 2: TEST

To verify that, we will *apply it for one year.*

Test Cost: Data Reliability: 📊 📈 📉 📌 📍

STEP 3: METRIC

And measure *the number of exceptions.*

Time Required: ⌚ ⌚ ⌚

STEP 4: CRITERIA

We are right if *the number of exceptions will decrease.*

Copyright © Strategyzer, Inc. All rights reserved. An affiliate of Business Model Innovation and Strategy.

FRESH
del campo a tu mesa

FRESH
del campo a tu mesa

FRESH
del campo a tu mesa

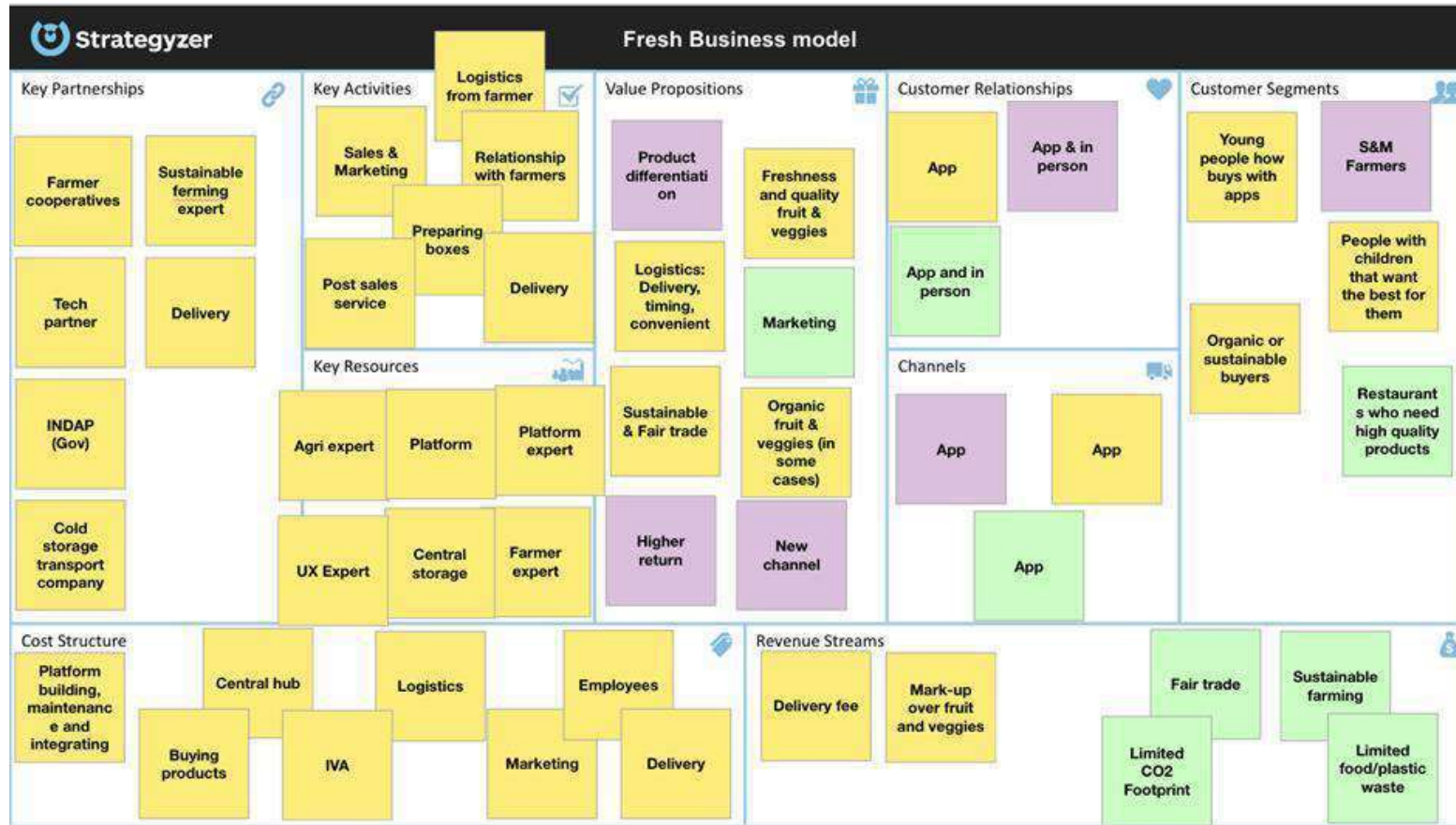
FRESH
del campo a tu mesa

FRESH
del campo a tu mesa

- Black #000000
- White #FFFFFF
- Dark green #00B050
- Light green #92D050
- Orange #FFC000



PRIMER MODELO CANVAS DE FRESH (FUTURO SAVIA)



TARJETAS DE PRUEBA EN LA PRÁCTICA: HOJAS DE VALIDACIÓN



Category	Learning	Proposed actions	Requirements / open points	Priority	Owner
Logistics	Without a proper hub, scaling is impossible. With the current hub, the heat affects the products. Moreover, the working space needs to enable efficient box making: sufficient tables, electricity, clean.	Organize (a new) hub: x Check Matias -> could we use the house soon? x Reach out to certain storages (cold and not cold) (x Anibal) x Current spot -> how many orders would we be able to handle there?	x Cold (cold storage or building with temperature lower than X degrees o shade?) x Electricity x Water x Ground floor, incl. parking x Clean space x Sealing	High	Nils
Logistics	The truck worked well, he has a lot of space left	x Organize a formal contract with the truck, with good prices x Calculate number of products that fit in the truck & when we would be break-even	Cold transport not needed if we have a good hub. Can we done next summer	Medium	Nils
Logistics	Box building is time intensive and not yet optimal. We are lacking good working space and materials.	x Contract a few students that can help with box building and do last mile x Calculate what we can pay students to help out on a longer term x Optimize the process: write down the process & e.g. organize the order list based on weight of products and divide organic/non-organic & print lists x Buy two scales x Arrange tables in the hub x Arrange sufficient crates.		High	
Logistics	Last mile works with cars. Process can be optimized -> proper instructions needed	Make a protocol on how to do last mile (e.g. Inform client)		High	Antonia
Financial processes	We responded well by giving a refund but we don't yet have a process for dealing with refunds (before and after delivery)	x Check options with Transbank and MCG x Define processes for refunds before and after delivery has taken place		High	Nils
Financial processes					
Financial processes					



“

Ningún plan de negocios sobrevive al contacto con el primer cliente.

”

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE (PMV)

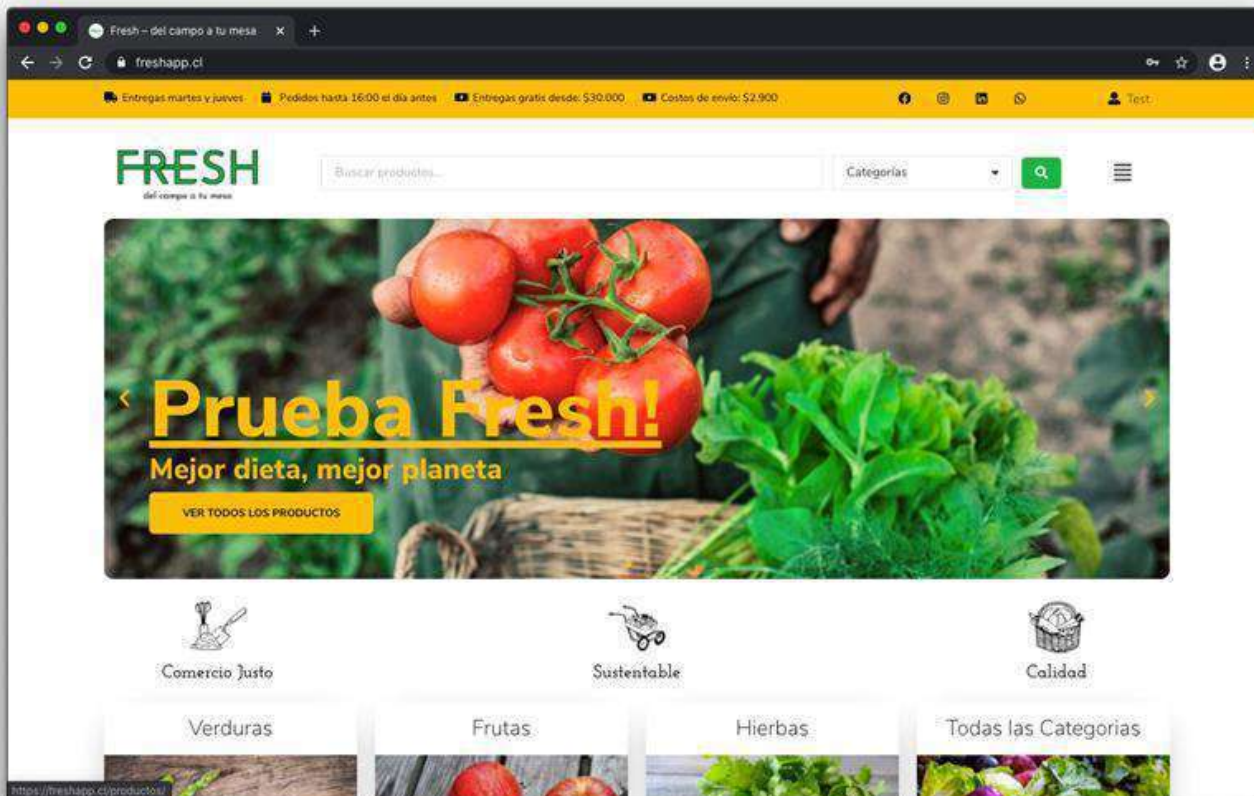


MVP
(Minimum Viable Product)



PRODUCT

¡COMENZAMOS CON UN COMERCIO ELECTRÓNICO CONSTRUIDO EN 1 SEMANA!









¡JUSTAMENTE FRESCOS!
APOYANDO A LA ECONOMÍA LOCAL CON PRECIOS JUSTOS PARA NUESTROS AGRICULTORES

FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS DEL CAMPO A TU MESA

Haz tu PEDIDO

DESPACHAMOS TODOS LOS MARTES Y JUEVES
DESPACHO GRATIS POR COMPRAS SUPERIORES A \$30.000

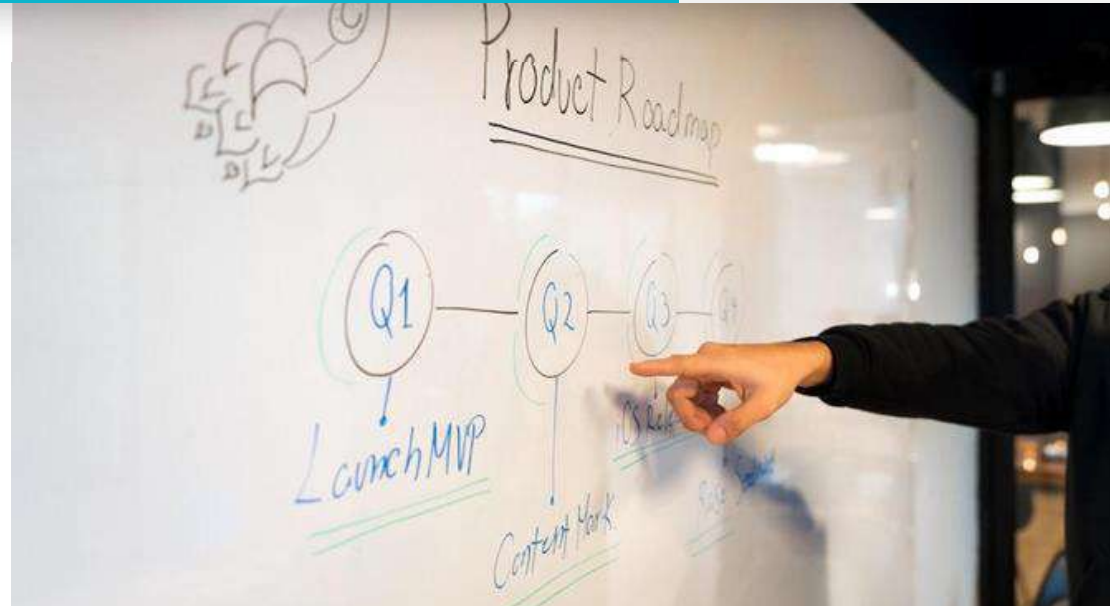
PROVIDENCIA, LAS CÓNDES, LO BARNECHEA, VITACURA, LA REINA, ÑUÑOYA

FRESH
del campo a tu mesa



4. Lanzamiento

- Prueba del modelo
- Ecosistema de socios
- Estructura organizativa



LOS PRESUPUESTOS Y MODELOS FINANCIEROS SON CLAVE



Activities					Run 1 9-dic		Run 2 16-dic	
People	Tariff	Hrs Pre	Hrs			Hrs		
Didi	\$30,000.00	16	16		\$960,000.00	15	\$450,000.00	
Siegfried	\$30,000.00	32	40		\$2,160,000.00	40	\$1,200,000.00	
Matias	\$20,000.00	24	32		\$1,120,000.00	32	\$640,000.00	
Luuk	\$2,000.00	16	12		\$56,000.00	12	\$24,000.00	
Alberto	\$2,000.00	24	24		\$96,000.00	24	\$48,000.00	
Total					\$4,392,000.00	123	\$2,362,000.00	
Income	Number of customers		5			10		
	Average Ticket		\$12,000.0			\$15,000.0		
	Total Income				\$60,000.00		\$150,000.00	
	Income from farmer products				\$12,000.00		\$30,000.00	
	Income from la Vega				\$48,000.00		\$120,000.00	
	Container deposit	\$4,000.00			\$20,000.00		\$40,000.00	
	Delivery Service	\$2,500.00			\$12,500.00		\$25,000.00	
Operational Costs	Assumptions							
Direct Cost								
Product (Farmer)	Markup	70.00%	20.0%	¼ of the basket	\$7,058.82	9%	\$17,647.06	9%

“
**Teamwork
makes the
dream work.**
”



5. Crecimiento

- Ruta al crecimiento
- Infraestructura de negocio
- Inversionistas para escalar

Elementos básicos para el crecimiento

- Creación de asociaciones
- Alcanzando la rentabilidad
- Nunca dejes de aprender
- Continuar aprendiendo e iterando
- Pivotea unas cuantas veces más



SIEMPRE ESTAR PREPARADO PARA PIVOTEAR



De Fresh a Savia



Selected in several incubation programs

 **enviu** we build
world changing
companies



ST>RT-UP
CHILE


NESST



04

Cierre, taller

Llamado a la acción: ¡ven al taller!

¿Recuerdas el puente roto?

Al más puro estilo Enviu, ¡nos estamos poniendo en acción!

TALLER ENVIU

 Sept 6, 12.30–14.00hr
Innovation house

Utilizando el puente roto como falla del sistema, aplicaremos la metodología lean start up para idear posibles intervenciones.

TALLER MENTEX

 Sept 7, 14.00–16.40hr
Innovation House

Retomando los conceptos de negocio creados en el taller de Enviu, profundizaremos e integraremos la tecnología profunda.

DESPUÉS DE LA CONFERENCIA: CCC continuará la conversación

An underwater photograph of a coral reef. The left side shows a dense, colorful coral reef with various species in shades of green, brown, and purple. The right side is a deep blue, clear water area where a diver is visible, swimming towards the right. The overall lighting is dim, typical of an underwater environment.

**“ To change something, build
a new model that makes the
existing model obsolete. ”**

RICHARD BUCKMINSTER FULLER

CONTACT US FOR MORE INFORMATION:

Eveline Jansen | ADMINISTRADORA REGIONAL DEL PROGRAMA
eveline@enviu.org

Nils Erik Lindeen | EX-VENTURE BUILDER & CO-FUNDADOR DE SAVIA
nils@saviamercado.cl

El EFECTO WOW

En los negocios



"La ruta para
crear soluciones
extraordinarias".

El mundo está
cambiando...



Y nosotros
cambiamos con él!



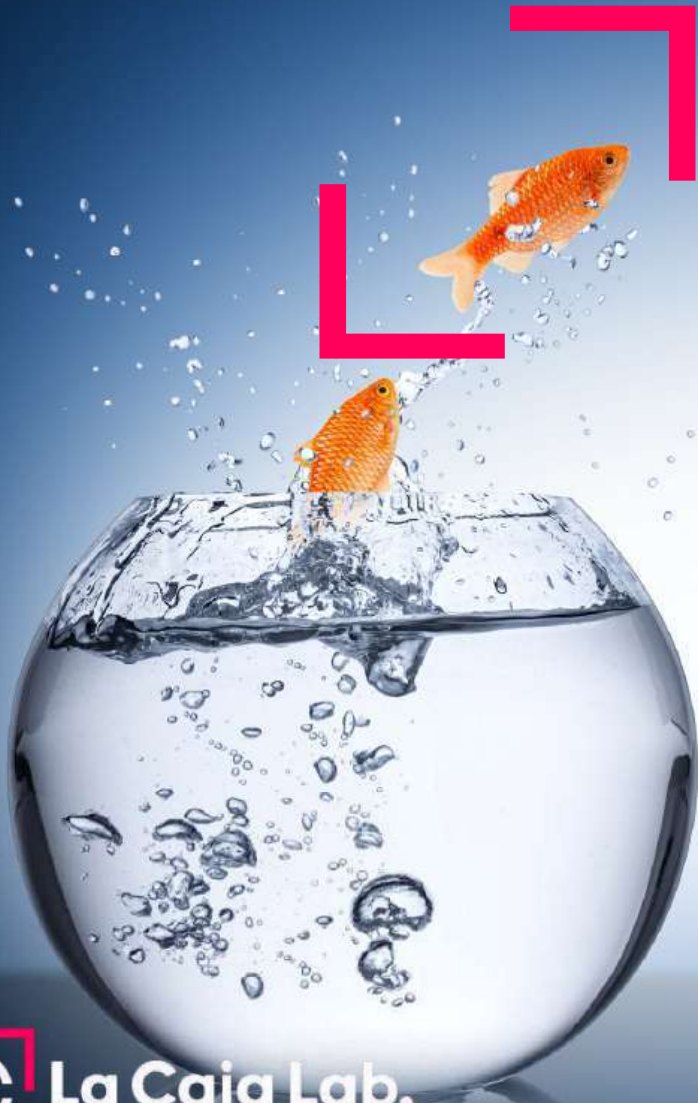
La Caja Lab.

LABORATORIO DE INNOVACIÓN



¡Si no te adaptas al medio, te extingues!

Adaptación al cambio





Solo nos queda innovar... " ver lo que otros no ven, y hacer lo que otros no hacen".



¿Qué camino debo recorrer?

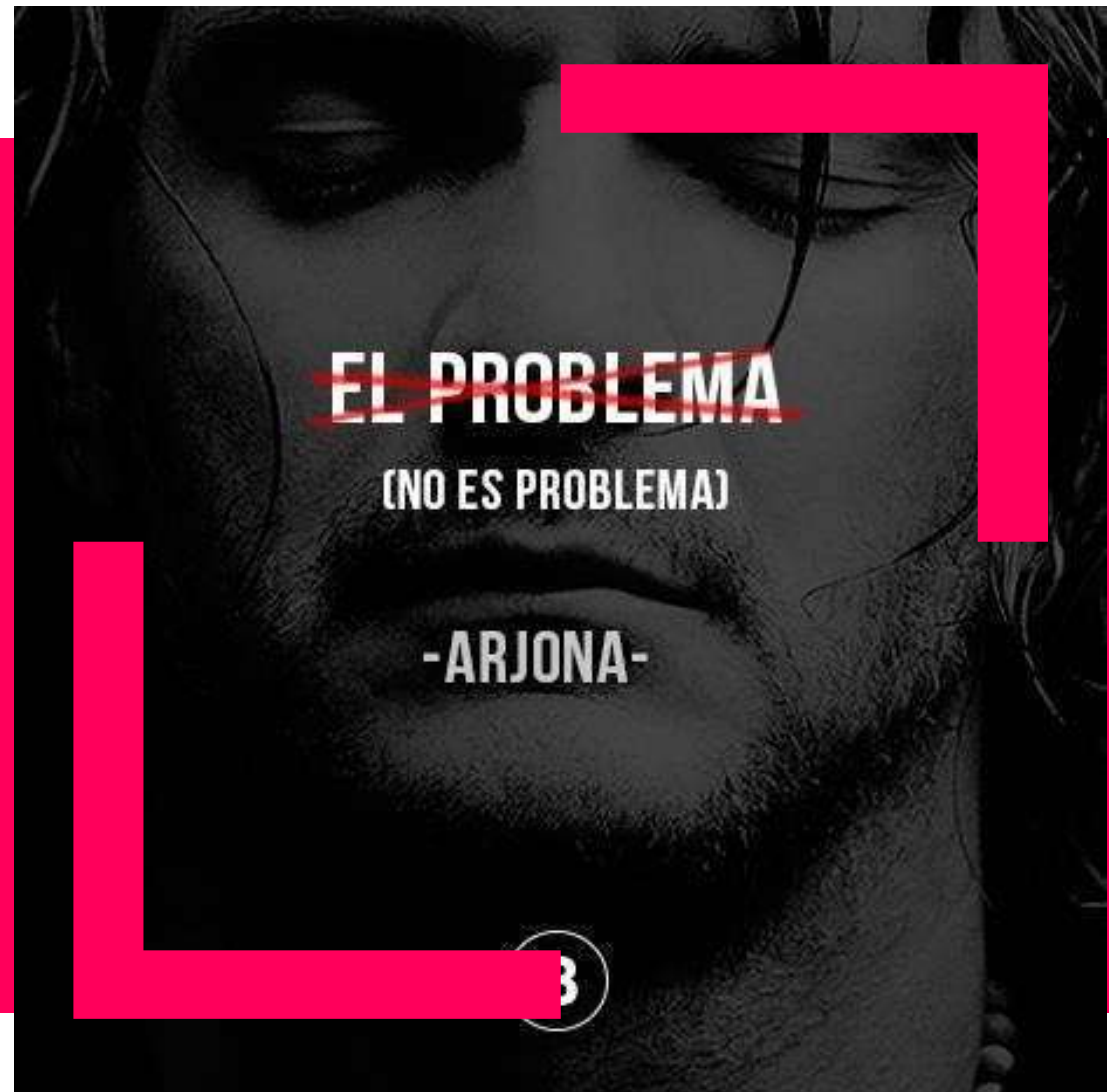


**Analiza.. ¿para
donde va el
mundo?**

ENTIENDE PRIMERO...

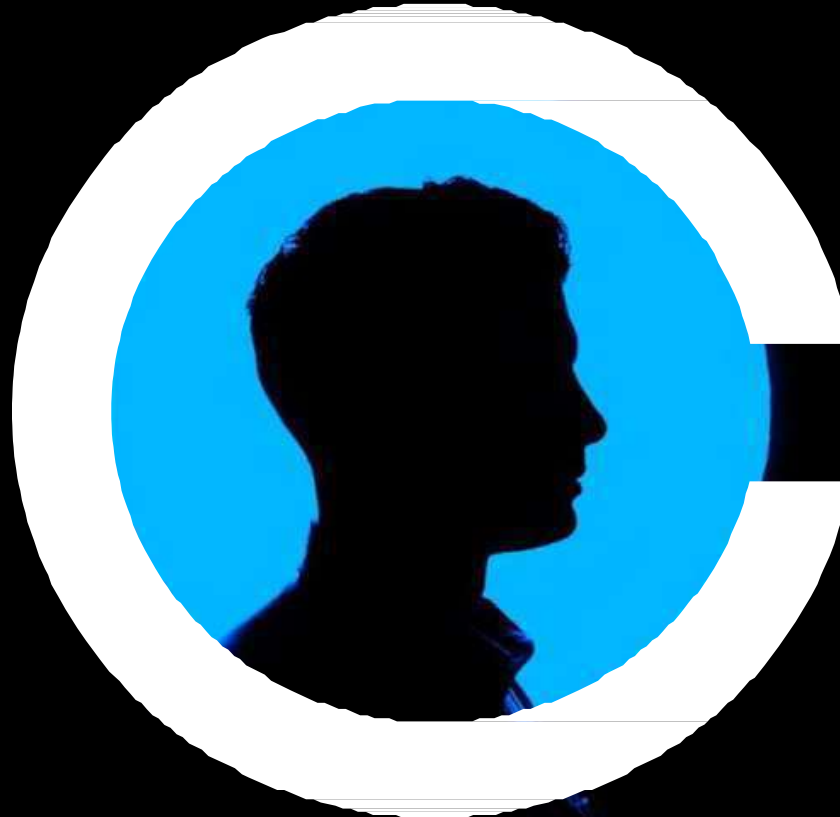
¿Qué problema o desafío vas
a resolver?

¿Qué dolor vas a atender?



ENTIENDE

¿Reconoce a tus clientes y usuarios?



¿Quién es el protagonista de tu historia y a quien quieres descrestar?

**¡No puedes
iniciar sin
saber para
quien estás
diseñando!..
Diseño
centrado en
el usuario**

YA ESTAS LISTO PARA...

¡HACER MÁGIA EN TUS IDEAS!





FRACTURAR EL PENSAMIENTO

**Crea soluciones,
productos,
servicios
TAQUILLEROS!**

"Quiero el mío"

**Y trasciende
mientras penetras
la mente del
consumidor...Hazlo
diferente!**



A close-up photograph of a man's face, partially covered by the black, tentacle-like symbiote of the character Venom. The symbiote is on the left side of his face, with its mouth open, showing sharp white teeth. The background is a blurred cityscape with the Golden Gate Bridge visible on the right.

TU PRODUCTO

**LA MENTE DEL
CONSUMIDOR**

CREA UNA SIMBIOSIS



La Caja Lab.
LABORATORIO DE INNOVACIÓN

PRODUCTO

 match

MERCADO





Crea productos rompedores que
la saquen del estadio, logra un
PRODUCT MARKET FIT



Si quieres tener éxito,
tendrás que ENAMORAR a
tus clientes y usuarios.



Y mas que eso...



La Caja Lab.

LABORATORIO DE INNOVACIÓN

Tendrás que
DESCRESTAR
causando
un efecto
WOW!



Diseña una
propuesta de
valor única.



¡Vamos
directo
al corazón!



La Solución

¡Impredecible!

¡Singular!

¡Original!

¡Impactante!

¡Toca sus
emociones!

Diferente.

Entiende que una propuesta de valor **No es:**

- ~~✗~~ Un slogan o consigna
- ~~✗~~ Un Claim o un Tagline
- ~~✗~~ La misión ni visión
- ~~✗~~ Propiedades del producto/servicio
- ~~✗~~ La tecnología sin mayor valor estratégico (Apps)
- ~~✗~~ Un superlativo (Mejor, superior)
- ~~✗~~ Branding o identidad verbal.



¿Que si es una propuesta de valor?

- Valor diferencial
- Beneficios, ganancias específicas y generales.
 - Ventajas competitivas.
 - Ofertas y regalos que atienden necesidades
 - Aliviadores de dolores, frustraciones.
 - Argumentos de venta.
 - Promesas de conveniencia.
- Creadores de alegrías y emociones

.

La Técnica del Efecto WOW!

1. Analiza la experiencia actual

2. Identifica escenarios y puntos de contacto con el cliente y usuario: cuando recibes, entregas, cobras etc. Para generar experiencias

3. Desarrolla ideas creativas que modifiquen la experiencia de usuario y cliente.



4. Crea una historia

5. Realiza un prueba piloto antes de implementar

6. Ajusta y renueva constantemente



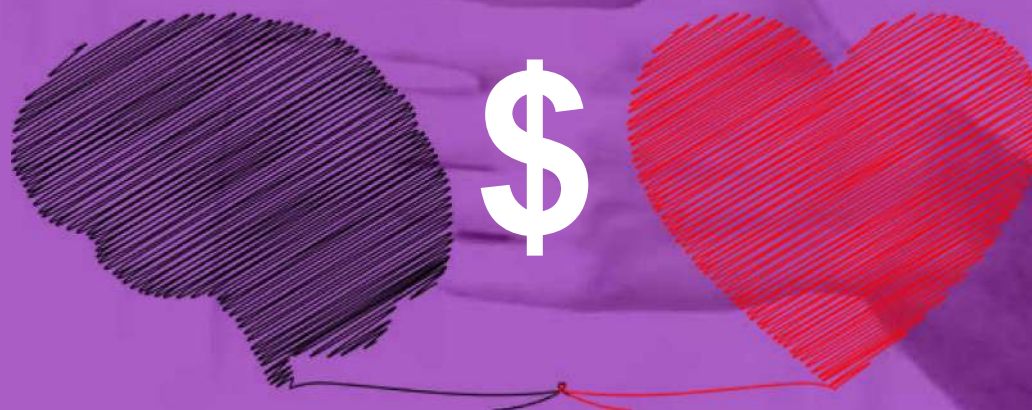
“tus productos y
servicios deben
estár diseñados
generar
EXPERIENCIAS
MEMORABLES”



La Caja Lab.

LABORATORIO DE INNOVACIÓN

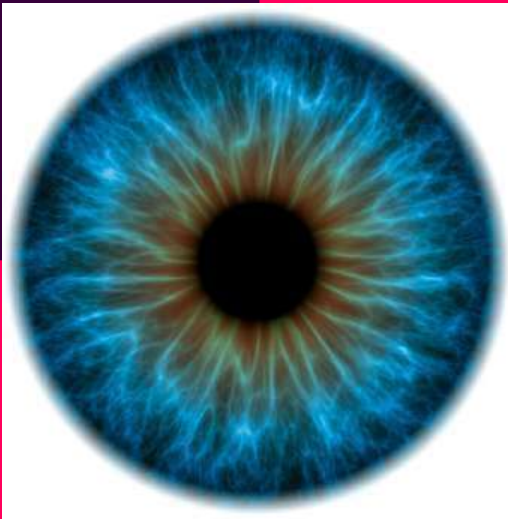
La experiencia debe estar
diseñada para ganar
mentes, corazones y
bolsillos!





“Pero además, toda experiencia debe despertar 3 cosas...

SENSACIONES,
SENTIMIENTOS
EMOCIONES”



SENSACIONES

¡Persuadir y despertar los sentidos!
procesamiento sensorial, es la recepción de estímulos mediante los órganos sensoriales



SENTIMIENTOS

Influenciar psicológicamente estados de ánimo y la disposición emocional!



EMOCIONES

Generar reacciones psicofisiológicas como formas de adaptación a estímulos cuando se percibe un objeto, una persona, un lugar, un suceso o un recuerdo importante.

I
K
E
A





**Convertir a
tus clientes
en Fans!**





Dar de qué hablar: **'The Talk About Factor'**.



La Caja Lab.

LABORATORIO DE INNOVACIÓN



**Evita crear
productos,
servicios y
experiencias que
no le interesan a
nadie!**



No caigas en el dilema
del Coyote!



NO DISEÑES
Soluciones inútiles y
complejas!



reando momentos...

Recursos para crear momentos **wow!**

1.

CO-CREACIÓN



Involucrar al cliente en el diseño o elaboración del producto o servicio para vincularle emocionalmente combinando personalización y participación.

1.

CO- CREACIÓN

¡Para preparar pizza
contigo!



Archies
en casa

Incluye:

- Masa • Salsa Napolitana • Queso Mozzarella
- Ingredientes de acuerdo al sabor que escogiste.

INGREDIENTES



PARA PREPARAR
CONTIGO

Recetas fáciles con explicación paso a paso

2.

Consiste en transformar un proceso clásico en una experiencia lúdica. Busca transformar tu proceso metodológico en un juego.



GAMIFICACIÓN VS. JUEGOS SERIOS VS. APRENDIZAJE BASADO EN JUEGOS

Gamificación

Se trata del uso de los principios y elementos de los juegos para motivar el aprendizaje; no propiamente del uso de juegos en sí mismos.

Juegos Serios

Son juegos inmersivos basados en computadora con fines educativos e informativos.

Aprendizaje Basado en Juegos

Utiliza juegos o videojuegos como medio para el aprendizaje.

Tecnológico de Monterrey

2.

El Tecnológico de Monterrey recurre a Gamificación para facilitar procesos académicos. Aprender Jugando.



Marketing Food

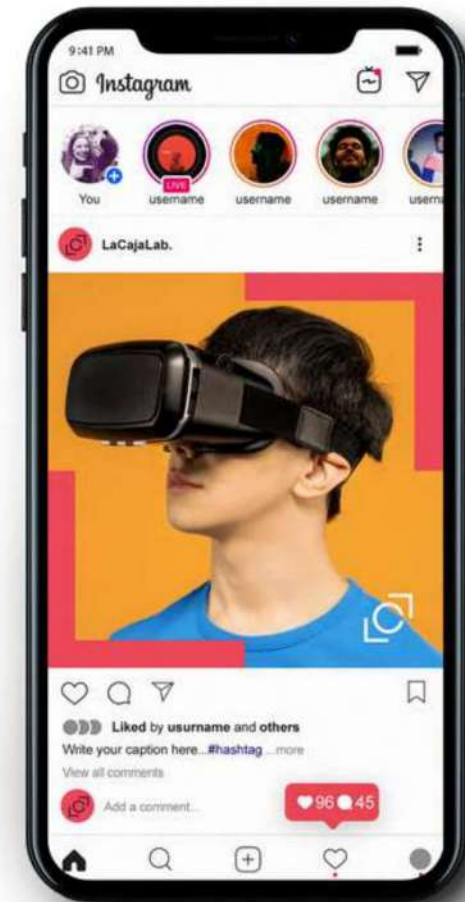
- 3.** Busca a través del catering o de la comida en general hacer un engagement. Regalos y detalles gastronómicos a modo de marketing corporativo.

4. REALIDAD VIRTUAL

Esta tecnología cada vez más desarrollada, permite a las empresas ofrecer contenidos interesantes y generar experiencias en este formato por no mucho dinero.

PANGEA – Viajes virtuales

Recorridos y Venta virtual de Inmuebles.





REGRESIÓN INFANTIL

“volver a sentirse como niños. Se trata de actuar, jugar, disfrazarse, jugar a ser niños de nuevo saca el lado más emocional del cliente”. (El Circo del Sol): programa lúdico para directivos, juego con pelotas.



El olor, el color, el sabor juegan un papel muy importante a la hora de transmitir unas emociones y unas sensaciones que puedan fijarse en la memoria del cliente. La aromaterapia, la colorterapia, la musicoterapia... Se trata de jugar con los sentidos para penetrar en el inconsciente del cliente.

Un olor puede asociarse a nuestra marca.

6. LA LLAMADA A LOS SENTIDOS NEUROMARKETING

Convierte un espacio en el centro de experiencias para crear el efecto wow, es lo que ocurre con las tiendas Ikea, con los pisos que diseña dentro de sus instalaciones.

7.

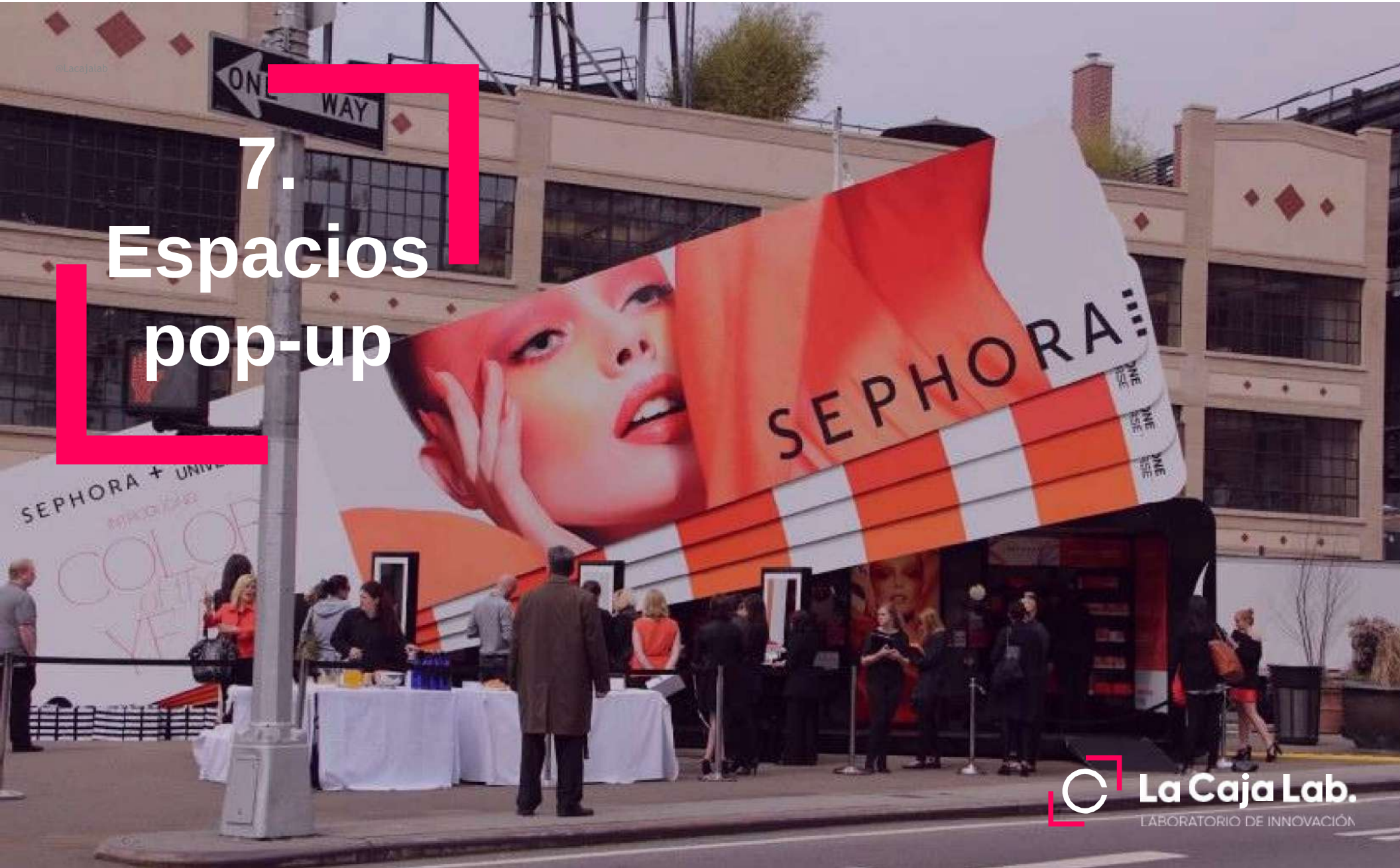
Espacios pop-up



@Lacajalab

7.

Espacios pop-up



7. Espacios pop-up



Heineken

8. Exclusividad

Uno de los motivadores emocionales más significativos es sentirse privilegiados.

Debes hacer sentir al cliente o usuario único.

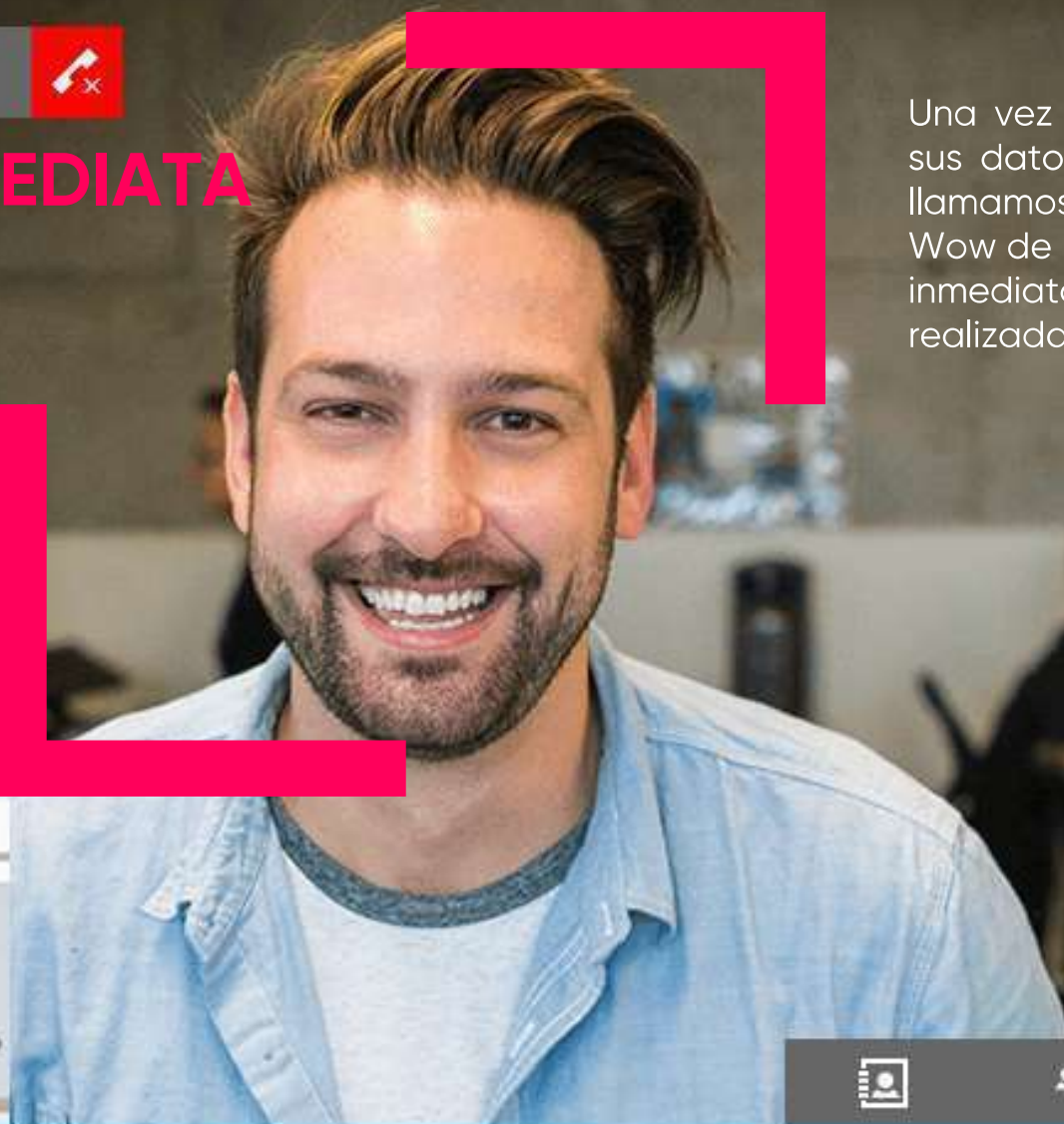
Ejemplo: invitar a clientes a eventos y espacios exclusivos, acceder a experiencias exclusivas, diseños exclusivos.





9. LLAMADA INMEDIATA

Una vez el cliente nos deja sus datos en la pagina, les llamamos. Tiene el efecto Wow de responder de forma inmediata con una llamada realizada por una persona.



Campaña de intriga



10. Teaser Campaign (Campaña de Incógnita)

Sorprende e impacta a los clientes. Es la búsqueda del efecto Wow por excelencia. Combina el efecto del Storytelling con el efecto sorpresa de mantener una incógnita y un misterio durante un cierto tiempo.



11. Cobranding y venta cruzada:

Aliarte estratégicamente con otra compañía para ofrecer experiencias integrales a clientes.
Ej: utilizar la capacidad de distribución de Coca Cola para hacer llegar kits de ayuda a lugares apartados

12. COMPROMISO – La Estrategia de Sostenibilidad

Para conseguir clientes comprometidos y leales nada mejor que mostrarse como una marca/empresa comprometida a su vez con causas sociales y justas.

13. DIAGNÓSTICO GLOBAL - ANTICIPACIÓN.



Ser proactivos en la relación con el cliente para crear nuevos momentos de relación con él. Crear un diagnóstico de cómo ha sido la relación con nuestro cliente a lo largo del año y proponerle un marco de acción para el siguiente.

Convince
en una
frase **WOW!**



La Caja Lab.
LABORATORIO DE INNOVACIÓN

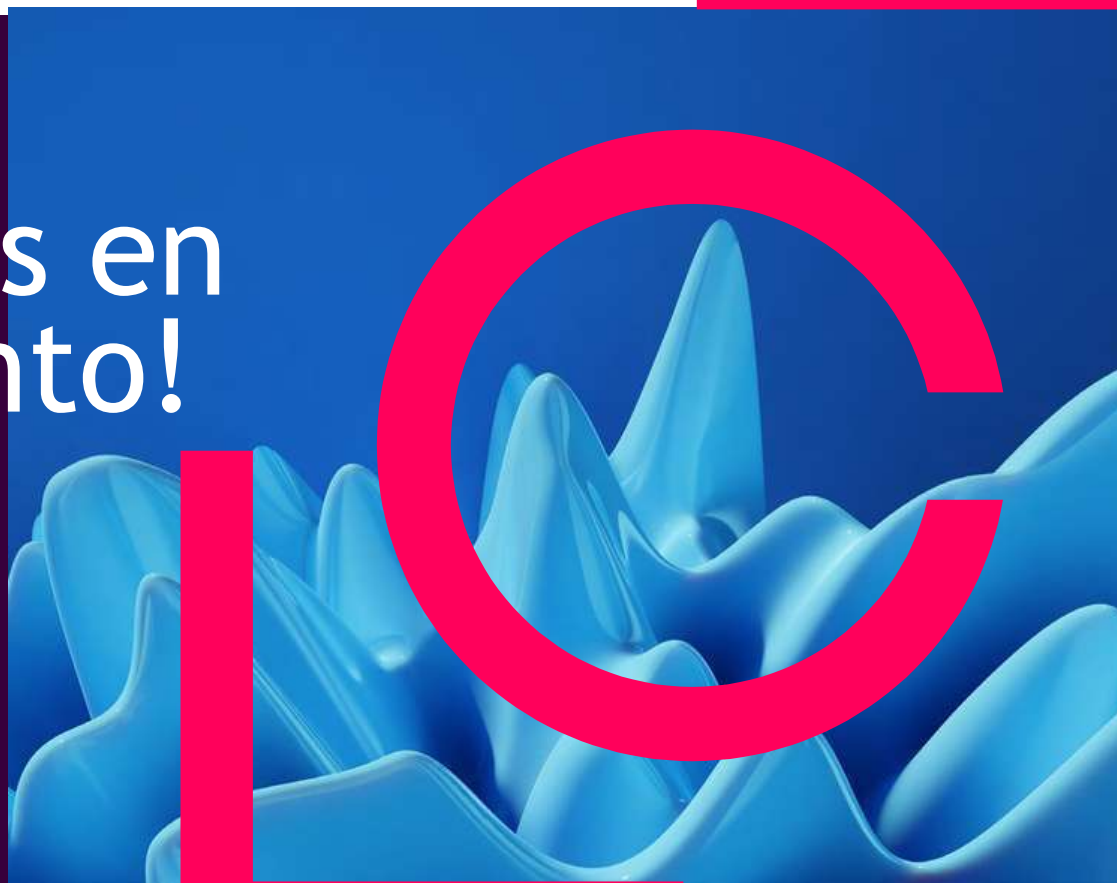
- IMac_ "Rendimiento y diseño al borde de lo imposible"
- Airbnb_ "Nuestra Casa es tu casa"
- Dropbox_ "La suerte está de tu lado cuando almacenas tus archivos aquí"
- WAZE_ "Obten la mejor ruta, todos los días, con la ayuda en tiempo real de otros conductores"
- WIX_ "Crea tu increíble pagina web, es gratis"
- SPOTIFY_ "Musica para ahora"
- PAYPAL_ "La protección que necesitas" - "Miles de personas usan paypal para pagar sus compras en internet por una sencilla razon, es seguro."
- UBER_ "Tu viaje a solo un Clic"
- NETFLIX_ "Ve peliculas y serias cuando y donde quieras"
- PAYU_ "La forma sencilla de aceptar pagos en línea"
- LINKEDIN_ "Destaca en el ambito profesional"



¡Tus ideas en movimiento!

www.lacajalab.co

PBX y Whatsapp Business :
+ 57 300 912 5282

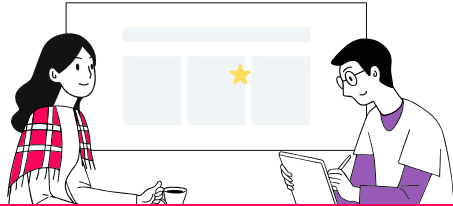


Síguenos en redes sociales



@lacajalab

BITÁCORA DE EXPERIMENTACIÓN



Sentimientos

¿Cómo impactó tu estado de ánimo usar este producto o servicio? Justifica.

Emociones

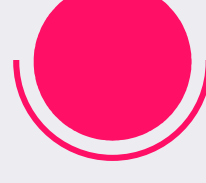
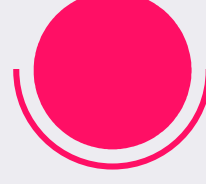
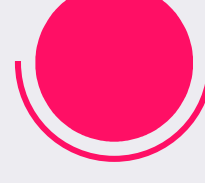
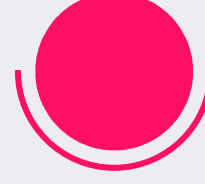
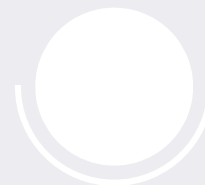
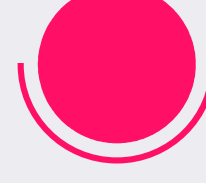
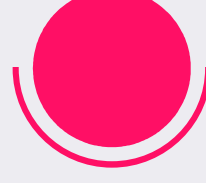
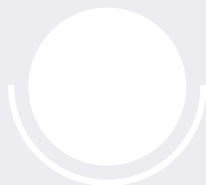
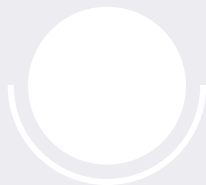
¿Que estímulos a nivel sensorial tuvieron tus sentidos?(Gusto, olfato, tacto, oído, vista) Justifica.

Sensaciones

¿Qué reacciones psicofisiológicas tuviste al usar el producto o servicio? (Alegria, satisfacción, tranquilidad, temor, confort, decepción, otra) Justifica.

DESCRIBE QUE EXPERIENCIAS TUVISTE AL USAR EL PRODUCTO/SERVICIO


USUARIOS	Sentimientos	Emociones	Sensaciones	Experiencias Valiosas (En contacto)
1				
2				
3				
	APRENDIZAJE 1	APRENDIZAJE 2	APRENDIZAJE 3	AJUSTES E ITERACIONES






Tarjeta de prueba



<i>Nombre de la prueba</i>	<i>Fecha limite</i>
<i>Asignado a</i>	<i>Duración</i>

Paso 1: Hipótesis
Creemos que:

Nivel de importancia:   

Paso 2: Ensayo
Para verificar, nosotros haremos:

Prueba del costo:   

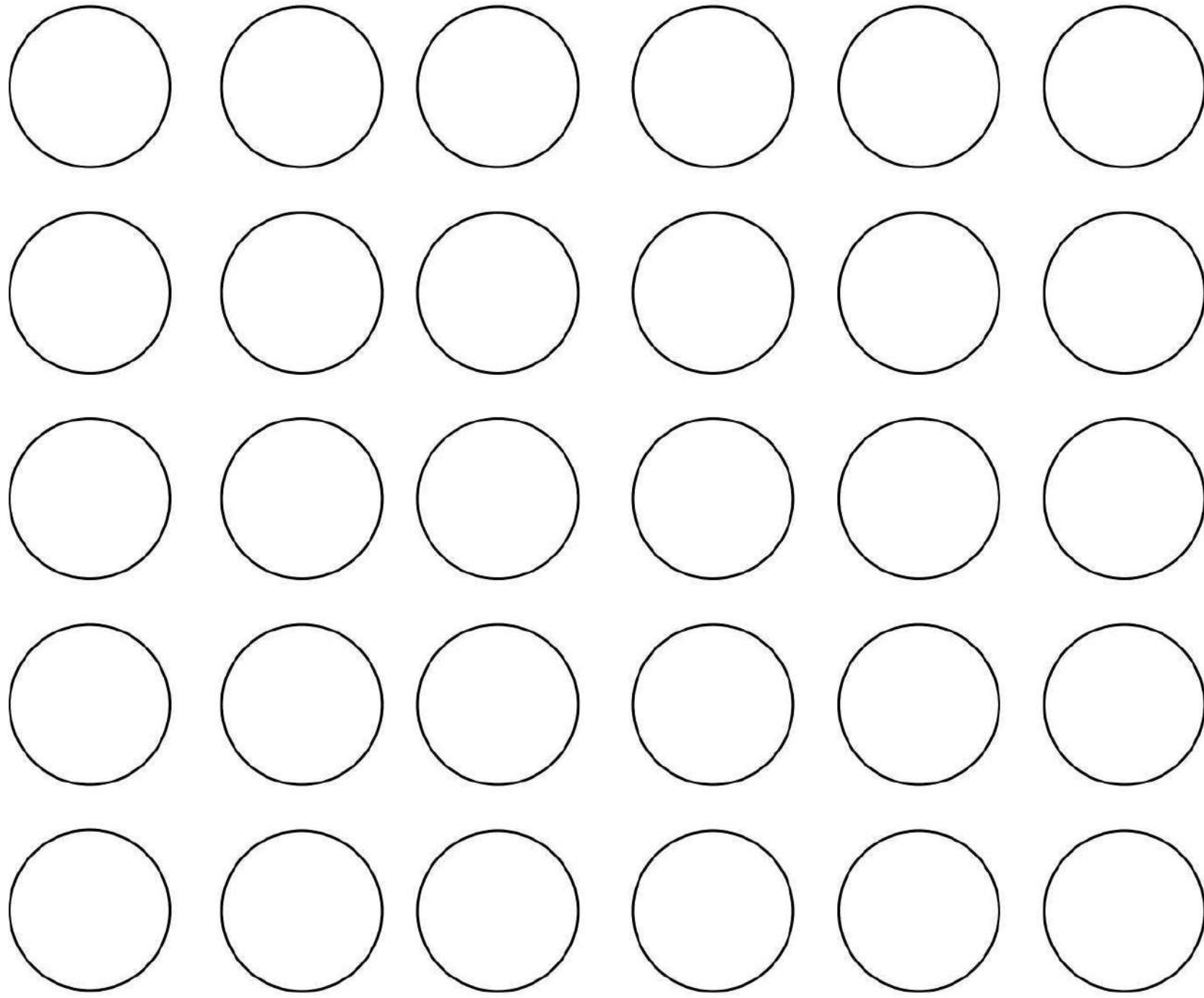
Confiabilidad de los datos:  

Paso 3: Métricas
Y medimos:

Tiempo requerido:   

Paso 4: Criterio
Estamos en lo correcto si...

The 30 circle challenge



Hola, somos **enviu.**
Bienvenidos **al taller**

CAPITAL SUMMIT
CALI, COLOMBIA
6 SEPTEMBER 2023



El método



1. Análisis de Problemas

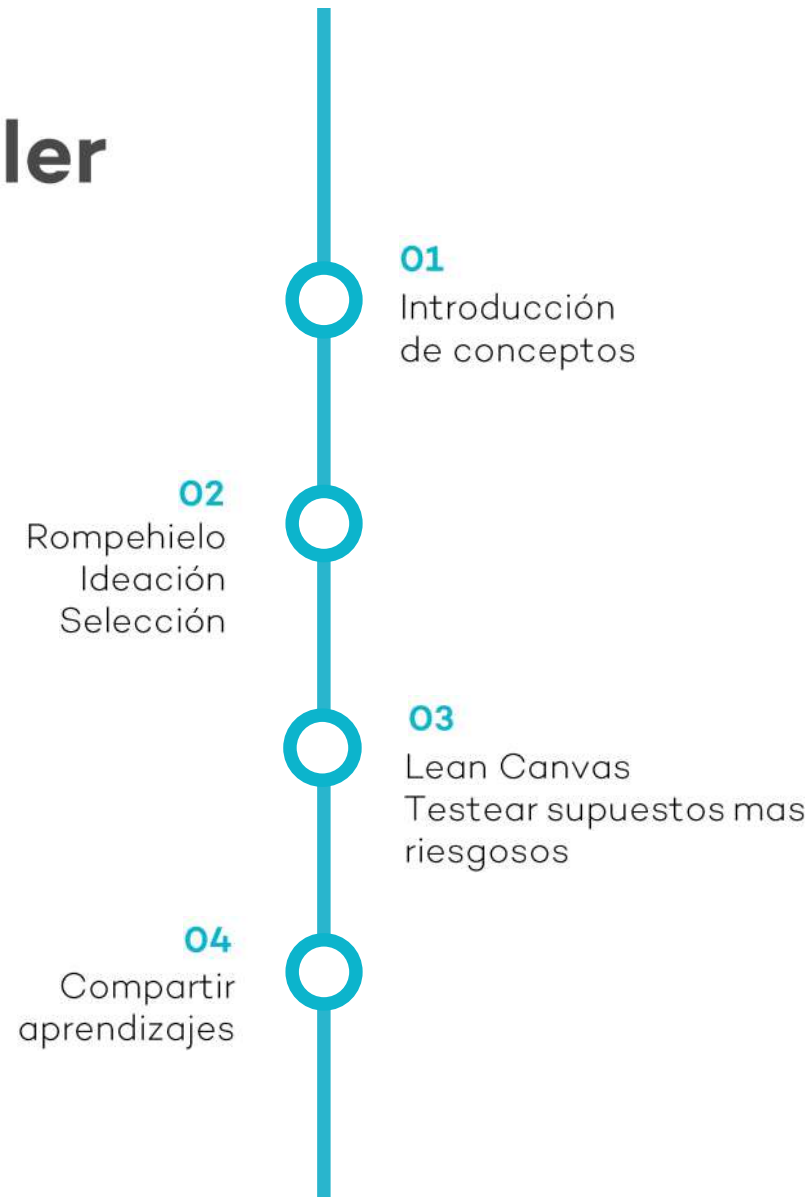
2. Ideación

3. Validación

4. Lanzamiento

5. Crecimiento

Estructura del taller



MODELO

DE

NEGOCIO





¡Acción!

Trabajo en equipo



Conclusiones generales

1. El puente entre los jóvenes en contextos vulnerables y el mundo del trabajo formal está quebrado.

La desconexión se da a dos niveles:

- **Comprensión:** actualmente es difícil que cada uno de los lados tenga una visión cercana de las realidades del otro
- **Acceso / comunicación:** los jóvenes no saben cómo acceder a las ofertas, mientras las empresas no tienen canales efectivos de comunicación con los jóvenes

* Aunque la desconexión es bidireccional la brecha de acceso más grande está del lado de los jóvenes quienes tienen mayores dificultades para conectar con las empresas.

2. Existen fuertes imaginarios negativos de ambos lados

Existen grandes imaginarios entre los jóvenes y los empresarios que parten del desconocimiento mutuo.

Estos imaginarios resultan totalizantes, asumiendo que todos los jóvenes son iguales y todas las empresas funcionan de la misma manera.

También resultan reduccionistas ya que se centran en ideas que parten de experiencias particulares y no tienen en cuenta los matices.

3. El mundo del trabajo ha cambiado significativamente en la última década

El mundo del trabajo está constantemente en cambio y es necesario contar con herramientas para comprenderlo y lograr fortalecer la mirada del trabajo como un bien público de alto valor.

Conclusiones generales

4. Hay una asimetría entre las expectativas de los jóvenes y las empresas

Hay una asimetría entre las expectativas frente al trabajo de los jóvenes y las expectativas de las empresas frente a sus trabajadores.

Esta asimetría puede darse en múltiples aspectos:

- Funciones y tipos de labores
- Modalidades de trabajo
- Horarios y carga laboral
- Ambientes laborales
- Beneficios

5. El trabajo formal es complejo de entender

El trabajo formal tiene unas dinámicas e implicaciones que no siempre son fáciles de comprender:

- Diversos tipos de contratos
- Deberes y derechos específicos
- Prestaciones, retenciones y descuentos
- Trámites de licencias y permisos
- Entre otros

6. Bajo nivel de conocimiento de los programas de empleabilidad de la ciudad

Actualmente hay un bajo nivel de conocimiento, por parte del empresariado, de los actores / programas en torno a la empleabilidad existentes en la ciudad.



TECNOLOGIAS

EXPONENCIALES

para escalar soluciones a fallas ecosistémicas

Juan Carlos Guáqueta

EMER GONZALEZ

The following text is a placeholder for a detailed description of the image content, including any specific details or context that might be relevant to the analysis.



FREDERIC TUDOR

Rey del Hielo

Tudor Ice Company

1806

**COMERCIO
DE AGUA**

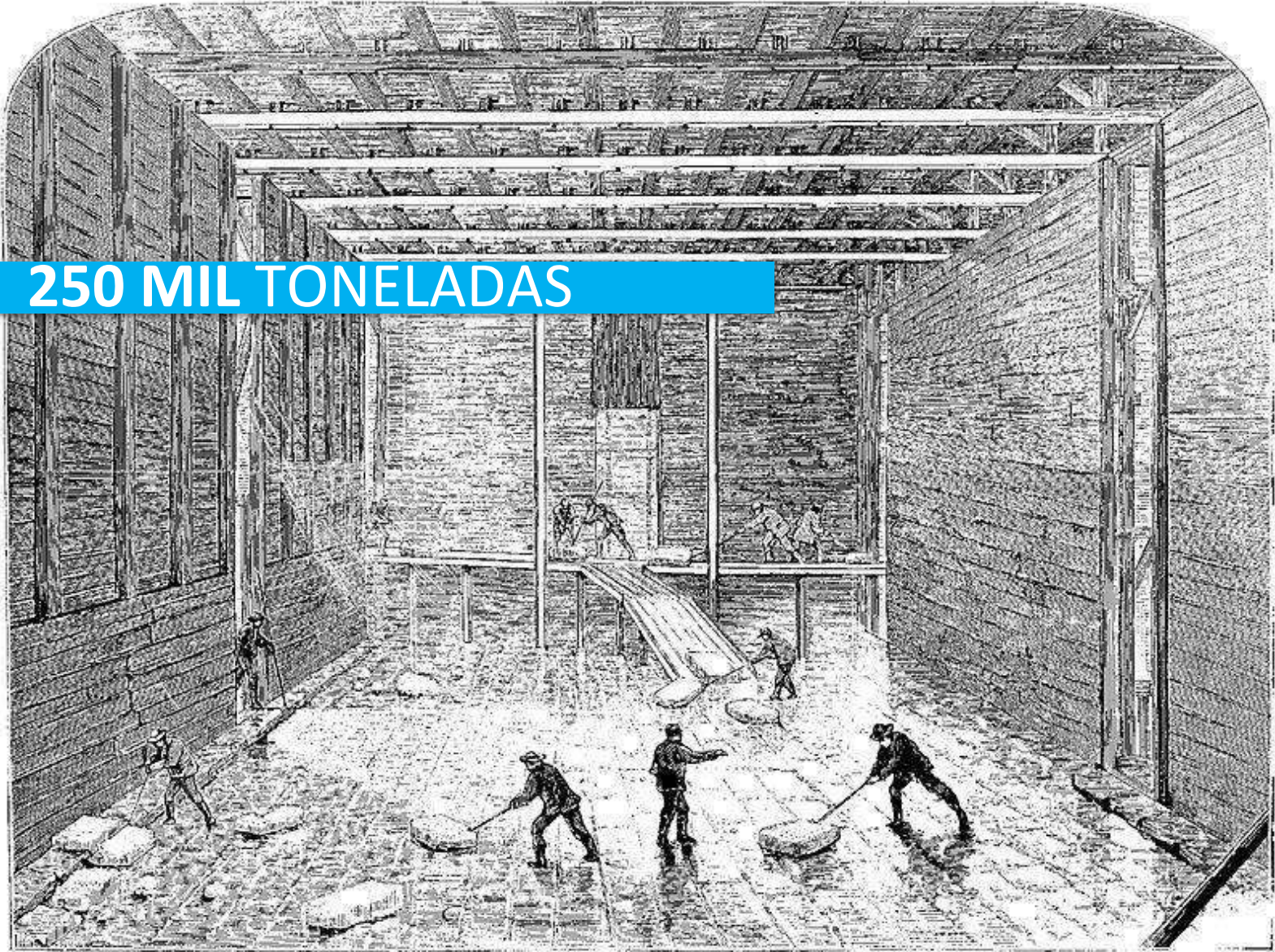
CONGELADA

SIGLO 19 Y COMIENZOS DEL SIGLO 20



- *Nueva Inglaterra*
- *Caribe (isla de martinica)*
- *Cuba*
- *Sur de Estados Unidos*
- *India*
- *China*
- *Australia*
- *Crecimiento acelerado en California*

250 MIL TONELADAS



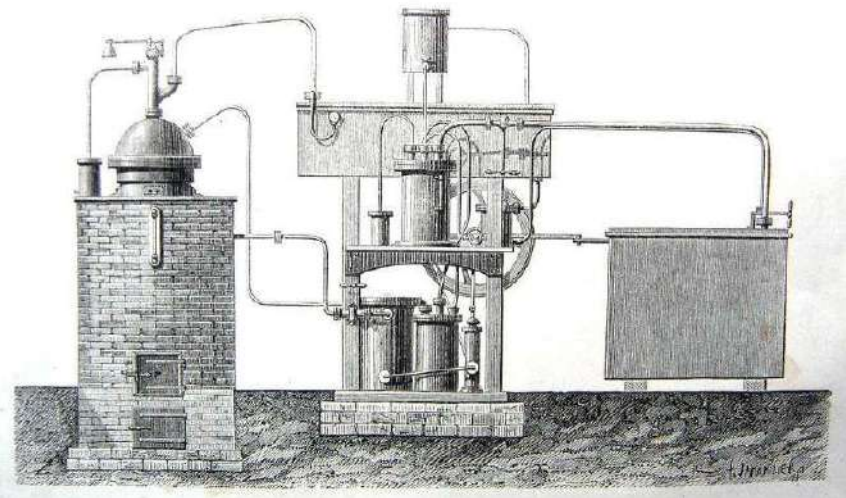


90,000 EMPLEOS

TODOS CUMPLIENDO SUS KPI'S

+800 MILLONES DE USD

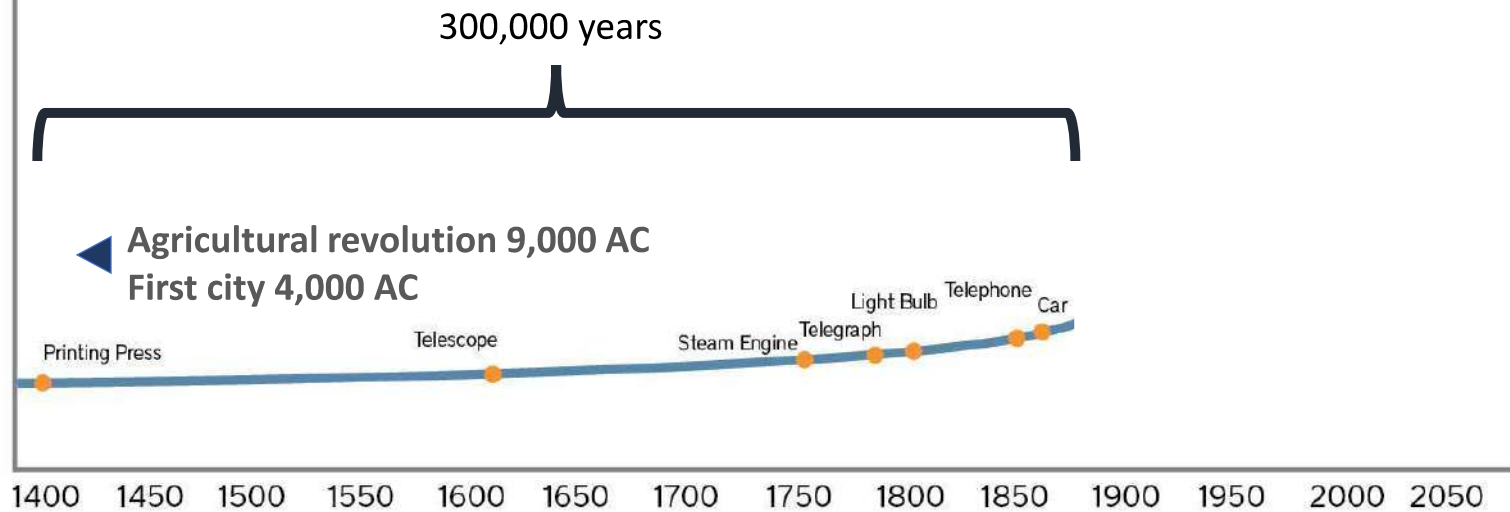
1914





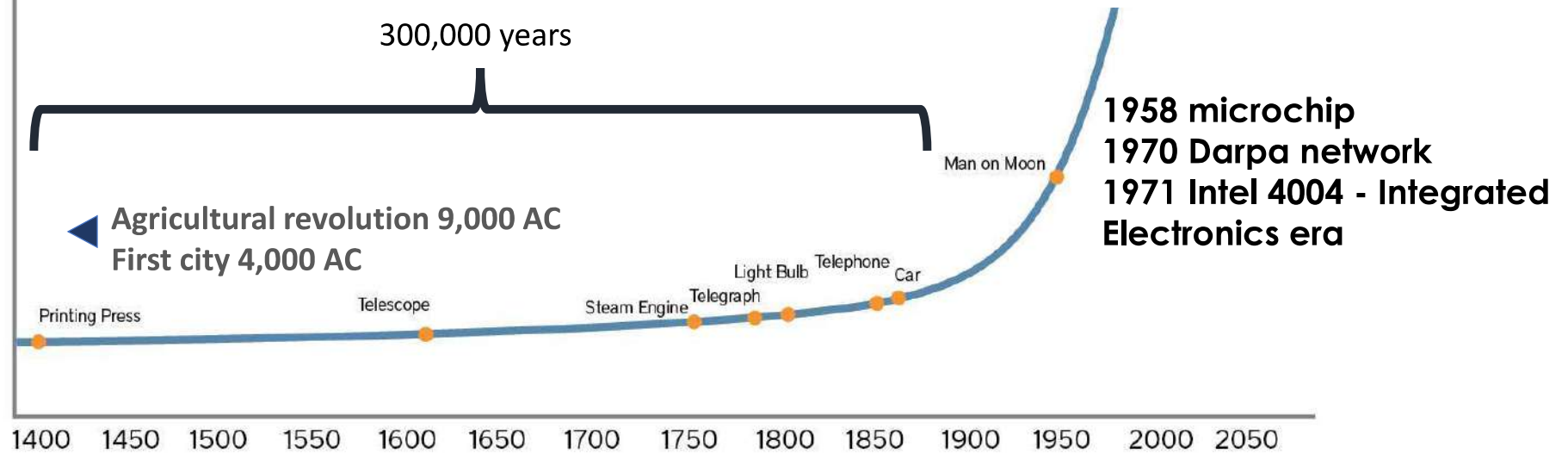
Accelerating Growth in Technology

(condensed)



Accelerating Growth in Technology

(condensed)



CIRCUITOS INTEGRADOS

1958
Transistor



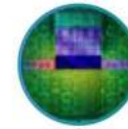
2 transistores

1971
Intel 4004



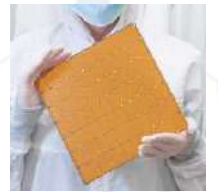
2.300 transistores

2017
Nvidia's Tesla GPU



21.1 billones de
transistores

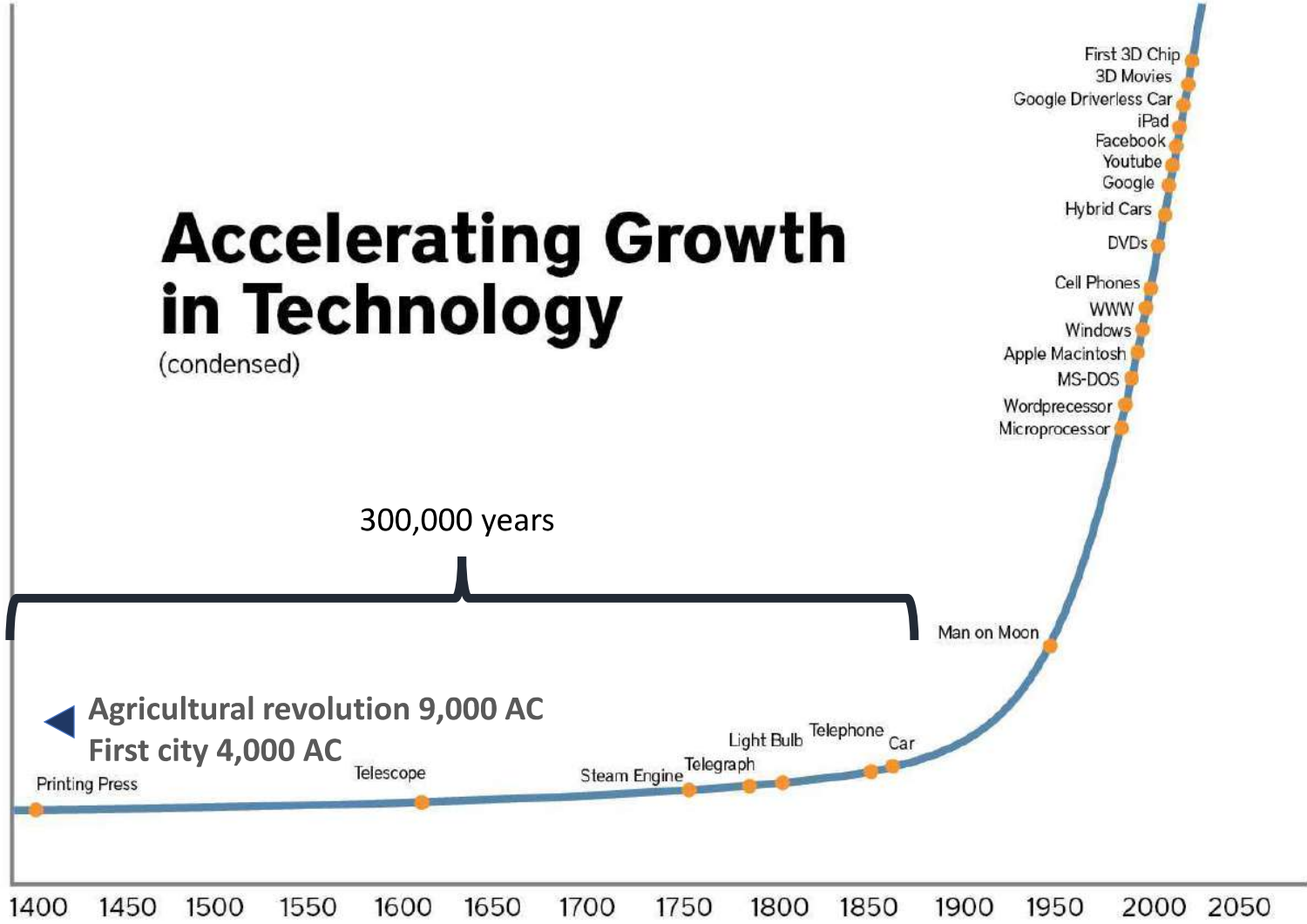
Cerebras



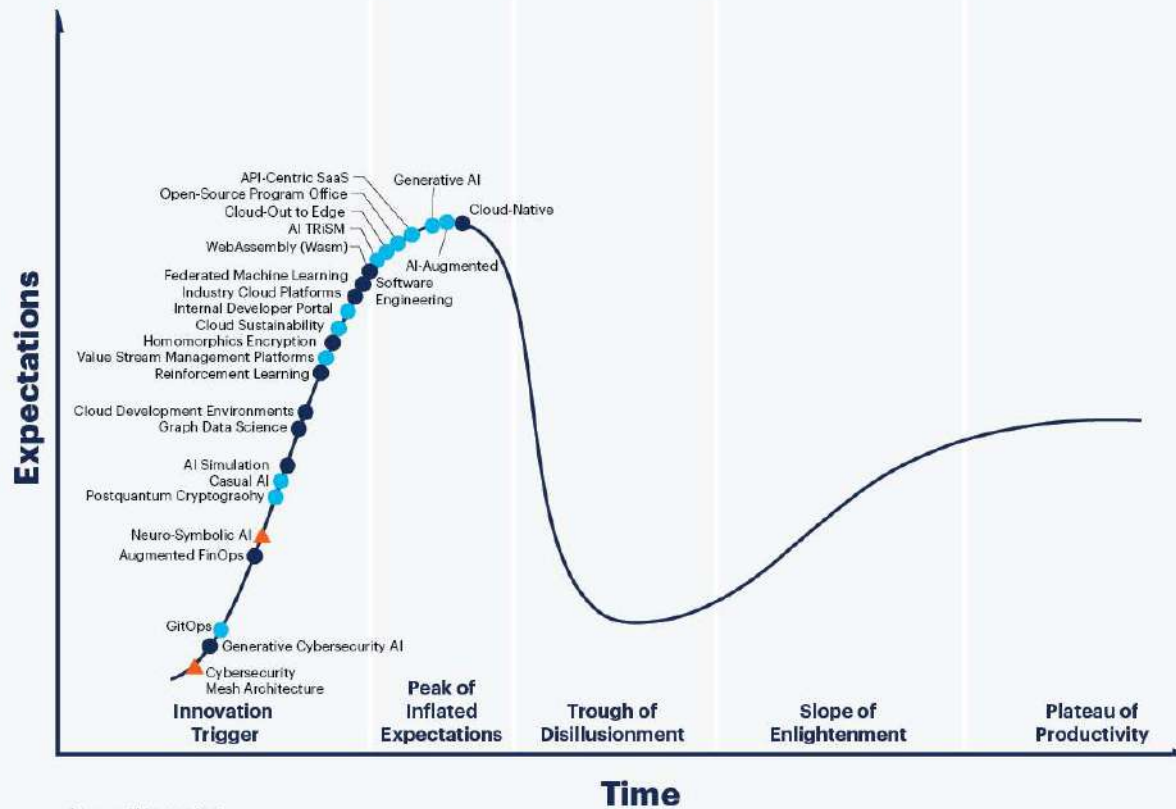
2.6 Trillon
Wafer-Scale Engine

Accelerating Growth in Technology

(condensed)



Hype Cycle for Emerging Technologies, 2023



Plateau will be reached:

- less than 2 years
- 2 to 5 years
- 5 to 10 years
- ▲ more than 10 years
- ⊗ obsolete before plateau
- As of August 2023

[gartner.com](https://www.gartner.com)

Source: Gartner
© 2023 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. 2079700

Gartner.

TECH

OPS

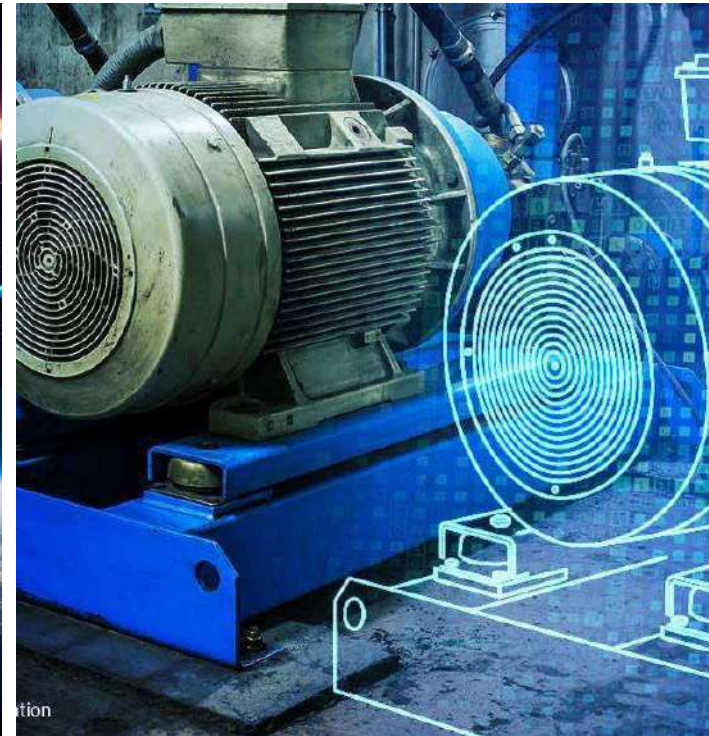


IOT

Tesla- Apple



Conexión Satelital



Gemelos digitales

TECNOLOGÍA Y STARTUPS



LIDAR



Neural radiance Fields (NeRFs)





AI GENERATIVA

Texto a lo que sea

mentex


World-class AI for education

Say hello to Khanmigo, Khan Academy's AI-powered guide. Tutor for learners.
Assistant for teachers.

[Get Khanmigo](#)

[Subscribe to newsletter](#)

Hi, I'm Khanmigo! Ask me anything—I'm your new learning guide!



Chapter 3 - Coffee

The sky was clear. |



Technnology Preview



FORTNITE



24 millones diarios

menteX





200X



-50%



INFLUENCERS DIG.



ESPORTS

mentex



GILLS – 2.95 MM JUGADORES (DAO)



USOS ALTERNATIVOS NFTS



99.95%



TOKENIZACIÓN

menteX

tinder



Sean Rad, 29

Verified

Like Me On Tinder

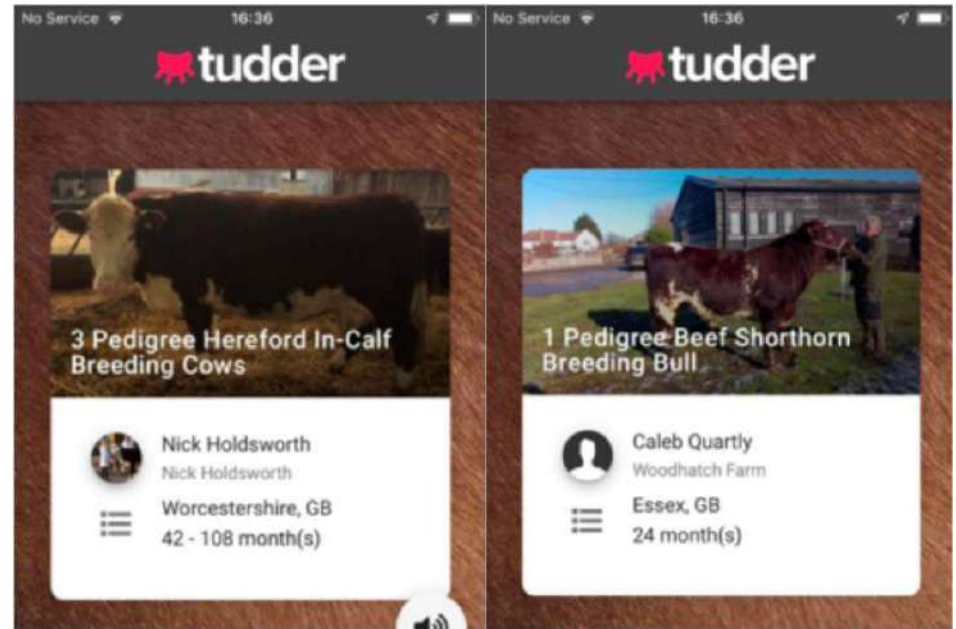
tinder



Rosette, 32

Vice President, Global Communications & Bra...

Like Me On Tinder



montox

A close-up, profile view of a blue, metallic robot head. The head is intricately detailed with various wires, cables, and mechanical components. It is surrounded by a dense layer of autumn leaves in shades of orange, yellow, and brown. The robot's eyes are closed, and its expression is serene. The background is dark and out of focus, with more autumn foliage visible.

¿Dudas?



Potenciando ideas

Mejoren sus ideas y la escala utilizando tecnologías exponenciales

30 min

menteX



Creación de
Pitch de 2 min

10 min armándolo 10 min
practicando

**GANADORES A ESCENARIO
PRINCIPAL**

20 min

menteX

A close-up of a silver and black microphone on a stand, positioned in the foreground. The background is a blurred nightclub scene with warm, colorful bokeh lights in shades of yellow, orange, and blue, suggesting a lively atmosphere. The text "FIRE PITCH 2 MIN" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the lower middle of the image.

FIRE PITCH 2 MIN

mentex



Gracias!

Contacto



mentex

Formato Taller Ideación 10x

Su idea:

Tecnología / tendencia de interés para mejorar su idea:

¿Cómo se vería su idea con la(s) tecnología(s) / tendencia(s) escogida(s)?

Estructura Pitch

Nota: Recuerde que dispone de 2 minutos para su pitch.

1. Nombre de la idea

2. Propósito de la idea

3. Problema actual

4. Info adicional del problema

5. Idea y por qué es escalable

6. ¿Por qué uds son los adecuados para resolver el problema?

7. ¿Qué busca del público?

8. Cierre poderoso

**Enamora al cliente de tus
sueños en 5 minutos**



**Enamora al cliente de ~~tus~~
~~sueños~~ en 5 minutos**



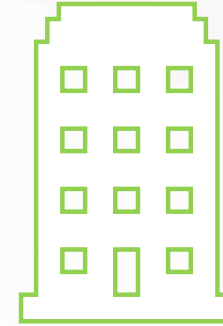
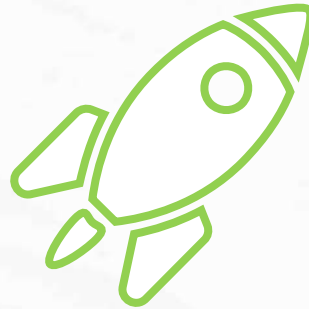
Enamora al cliente ideal
~~sueños~~ en 5 minutos



Corporate Venturing como motor de innovación...

...es una estrategia probada basada en la colaboración entre corporativos y emprendimientos

- Conocimiento y acceso mercados
- Fuerza laboral con experiencia
- Recursos, experiencia, poder
- Capital disponible
- Red amplia de aliados
- Visibilidad y QA
- Poca agilidad y creatividad
- Procesos inflexibles
- Motivación limitada
- Crecimiento lento
- Aversión al riesgo



- Dificultad de acceso a mercados
- Fuerza laboral pequeña
- Falta de recursos
- Presupuesto limitado
- Pocos aliados
- Poca visibilidad
- Agilidad organizacional
- Ideas y conocimiento de nicho
- Deseo de cambiar status quo
- Equipos altamente motivados
- Potencial de rápido crecimiento
- Bajo impacto al fallar

Corporate Venturing como motor de innovación...

...es una estrategia probada
basada en la colaboración
entre corporativos y
emprendimientos



Innovación Abierta

Desarrollo del proceso de innovación en colaboración
con personas o empresas externas a la organización.

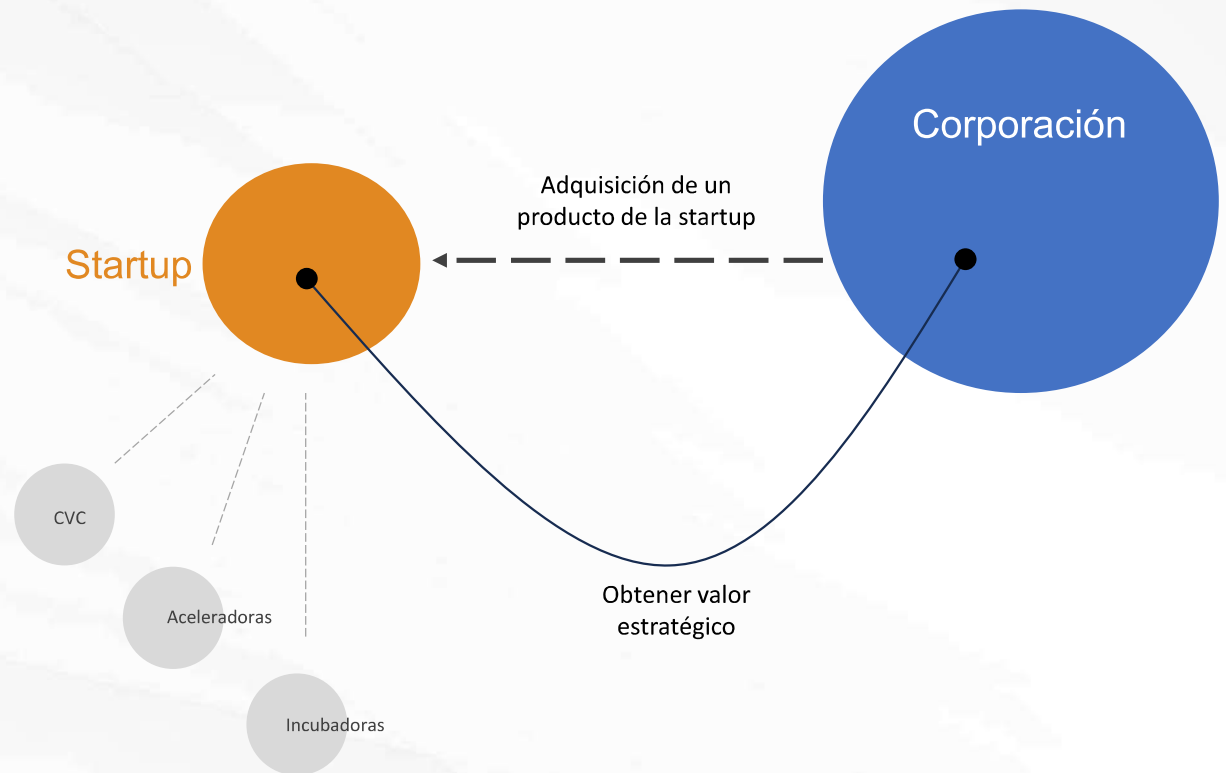


Corporate Venturing

Colaboraciones empresa-startups para incorporar energía e
ideas emprendedoras a una estrategia empresarial.

Adopción/adquisición de productos de las Startups

= **Venture Client**



126 años de experiencia

Tenemos operaciones en toda la cadena energética en América Latina en generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, y transporte y distribución de gas natural.



*Compañías no controladas

La evolución de la innovación en el GEB



De espontánea, ad hoc,
segura, lenta, y en silos




Sistemática,
estratégica, atrevida,
ágil, y sinérgica

**Programas
estructurados
facilitan
colaboraciones**



Variedad de vehículos de
colaboración con los
ecosistemas de innovación
busca atender diferentes
necesidades



Lo que buscamos los corporativos

(En un contexto de innovación abierta)



- Pitch de inversión
- Pitch de programa de acompañamiento



- Elevator Pitch
- Pitch de venta

Colaboraciones que nos permitan de manera **ágil, explorar** el potencial de **implementar o transferir soluciones** para nuestros negocios

Fit Problema/ Solución

- La solución resuelve satisfactoriamente un problema relevante del negocio o cubre de satisfactoriamente una oportunidad de negocio
- Demostrar la capacidad que tiene la solución de atender el problema de manera apropiada.
- Esto parte de un entendimiento de la industria, de la organización y de la tecnología

Fit Tecnológico

- Grado en que una tecnología o innovación particular se alinea con los objetivos, necesidades y capacidades de una organización o un contexto específico.
- ¿Es la tecnología la adecuada para la necesidad y contexto actual de la compañía?
- No solo se trata de que tan buena es la tecnología para resolver mi problema, sino que tan bien se ajusta a mi infraestructura tecnológica

Facilidad de implementación

- Involucra la madurez técnica y el nivel de preparación de la solución para su implementación.
- Que tan adecuada es la solución para el contexto de la empresa y para ser probada bajo un proceso de innovación
- Los atributos y condiciones de implementación de la tecnología me permiten fácilmente explorar el potencial de la adopción a gran escala de la solución

Equipo

- Un equipo conectado con la necesidad de la empresa.
- Un equipo con el suficiente *expertise* en la solución para poder acompañar al equipo interno en el proceso de adopción de la tecnología.
- Equipo con el *seniority* adecuado para abordar la incertidumbre de los procesos y de la dinámica.



Consejos

Dele la importancia que merece al problema:

No presente la solución por sin contexto o aislada de una problemática u oportunidad. Siempre aterrice su solución en un problema actual de la empresa o una oportunidad en la industria.



Acepte su competencia y demuestre el suficiente conocimiento de ella:

Nunca diga no tengo competencia, su solución siempre va a tener competidores directos o indirectos. Demuestre a través de la explicación de sus atributos como tiene componentes únicos, o que la diferencia de las demás soluciones del mercado.

El precio o costo de la solución no es un DEPENDE:

¿Cuál es el modelo de *pricing* de la solución? ¿O el precio de su solución? Siempre son preguntas que tienen una noción de respuesta detrás del modelo de negocio. Muestre las variables que permitan entender a su cliente que es lo variable y que es lo que se calcula de manera fija.

Tener claridad en lo que busco de la relación:

Los corporativos buscamos relaciones de largo plazo, relaciones de colaboración y construcción conjunta.

Cuando usted se acerca a nosotros, ¿Que está buscando?

¡Gracias!

¡Regístrate en nuestro ecosistema!

Stars up
Grupo Energía Bogotá





Grupo Energía Bogotá



Para uso restringido GRUPO ENERGÍA BOGOTÁ S.A. ESP. y sus filiales
Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta presentación
puede ser reproducida o utilizada en ninguna forma o por ningún medio
sin permiso explícito de GRUPO ENERGÍA BOGOTÁ S.A. ESP. o sus
filiales como propietarias de la información.



 **Tetra Pak[®]**
acelerando la
INNOVACIÓN Y LOS
EMPRESARIOS
de un país



Colombia un país de soñadores y emprendedores

El año pasado clasificó como **el tercer país más emprendedor** entre los miembros de la Ocede, después de **Chile y Corea del Sur.**



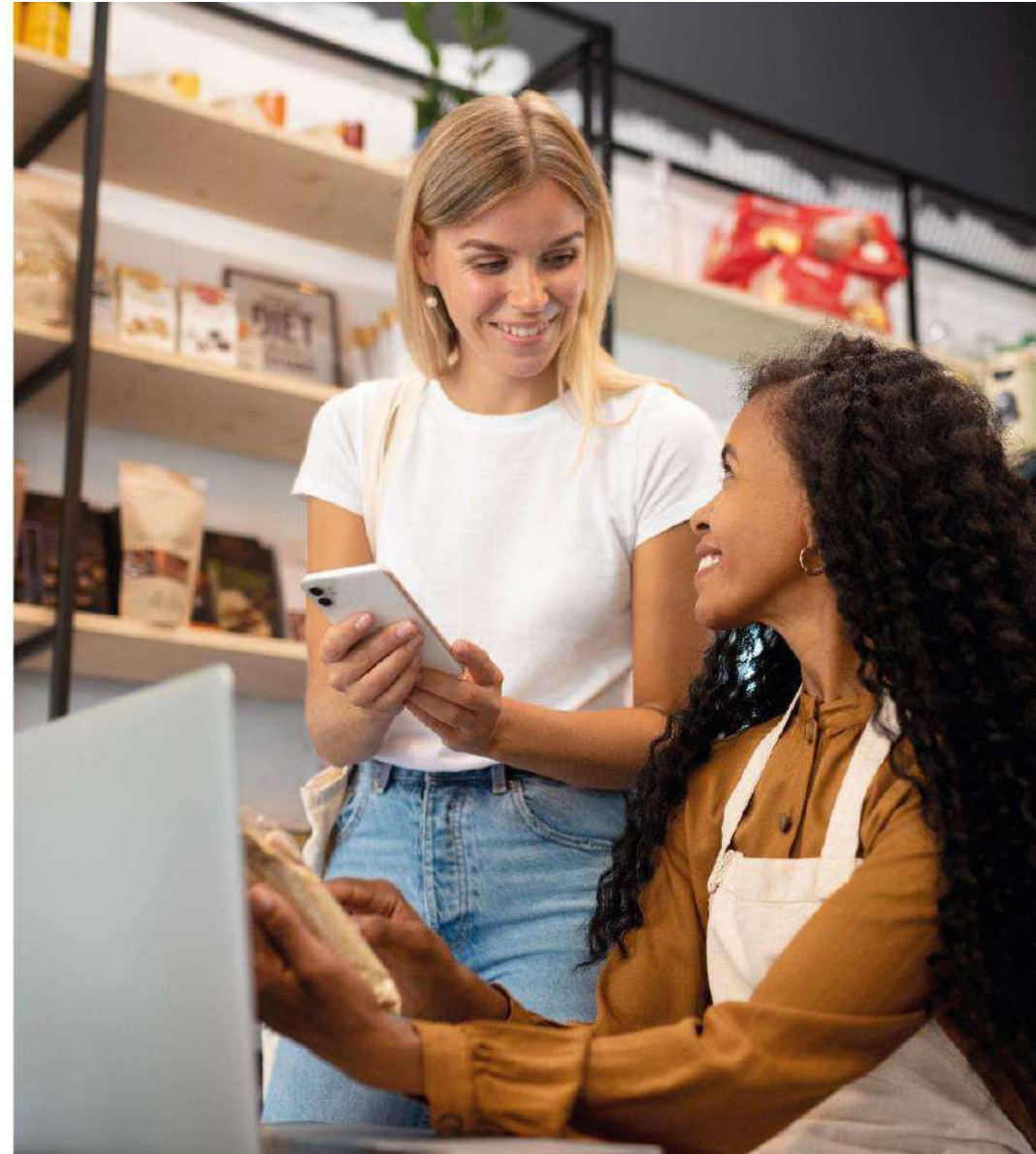
Pero
6 de cada **10**
emprendimientos,
fracasan en sus
primeras etapas





**En el 2022
cumplimos
30 años
en
Colombia**

y los celebramos
impulsando **pequeños y
medianos negocios.**



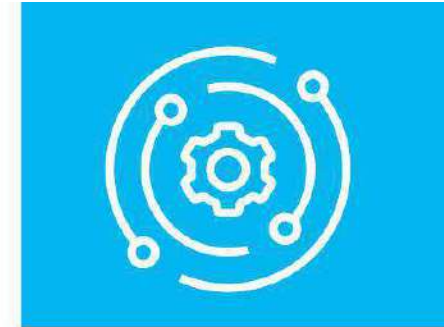
Junto a



**Llevamos nuestra
experiencia global
para consolidar
negocios**

**NOVEDOSOS Y
DISRUPTIVOS**

»»» Nació



STARTUPOS

By:  Tetra Pak®

> un proyecto que buscaba alimentar los sueños de startups del **sector de foodtech** y ayudarlos a revolucionar el mercado de alimentos.





**¿Por qué
es tan relevante
el proyecto**



STARTUOS

para Tetra Pak®?



¿ Por qué es tan relevante el proyecto Startups para Tetra Pak® ?

75%

INNOVACIÓN



Por qué es tan relevante el proyecto Startups para Tetra Pak® ?

AGILIDAD

Por qué es tan relevante el proyecto Startups para Tetra Pak® ?

DIVERSIFICACIÓN



¿ Por qué es
tan relevante
el proyecto
Startups para
Tetra Pak® ?

ATRACCIÓN DE TALENTO





Exploramos muchas alternativas...

hasta crear una unidad
de innovación dedicada
a nuevos adelantos en la
**industria y el
emprendimiento.**

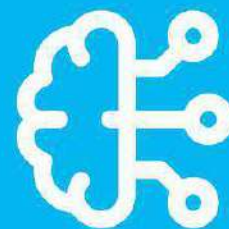




● Pero la **unión**
hace la **fuerza**



Crear alianzas
con concedores
del sector **fue la
mejor idea.**



»»» **STARTUPOS**

By:  **Tetra Pak®**

» **TRAJO
GRANDES
APRENDIZAJES**





**Acceso a
nuevas
tecnologías
y modelos
de negocio**



**Mejora de
la cultura de
innovación**



**Desarrollo
interno**

**Proteger
lo bueno
también es proteger**

LAS IDEAS

de los startups







**ESPECIES EN
EXPANSIÓN**



ENTENDAMOS EL MERCADO

en Colombia & Ecuador

STARTUOS
By:  Tetra Pak®

ESPECIES EN

EXPANSIÓN

Impulsa tu Startup de la mano
de expertos y hazla evolucionar
inscribiéndote a nuestra iniciativa



DEFINICIÓN ESPECIES

1 INNOVASAPIENS

2 INCUBASAPIENS

3 TECNOSAPIENS

