

# EstiloMotor

NÚMERO 11 / MARZO-ABRIL 2026

GOLDEN WHEEL 2026:  
los ganadores de la industria



Las protagonistas  
de **Mazda**

HYUNDAI celebra  
40 años en Chile

LA FUERZA  
FEMENINA  
de la industria automotriz

LLEVA TODO  
LO QUE NECESITES.



LAND ROVER  
**DISCOVERY**



Land Rover Chile

Av. Raúl Labbé 12.981, Lo Barnechea, Santiago.  
Av. Jorge Alessandri 1885, Hualpén, Concepción.  
[chile.landrover.com](http://chile.landrover.com)



# RANGE ROVER



# CONTENIDOS

# 11

MARZO / ABRIL  
2026

**12** **HYUNDAI Y SUS 40 AÑOS**  
La historia en Chile de una marca que se ha ganado un espacio en el mercado y en el corazón de los chilenos.



**16** **MAZDA Y MUJERES QUE INSPIRAN**  
Tres mujeres ligadas a Mazda nos comparten su vínculo con la marca y nos hablan de lo que las inspira.



**22** **MUJERES QUE CONDUCEN PORSCHE**  
¿Qué tienen en común las mujeres que conducen Porsche? Mujeres de distintas edades y experiencias nos revelan cómo viven una misma pasión.



**30** **LA RUTA DEL VINO**  
Un recorrido por algunas de las viñas más elegantes de Chile, donde el paisaje, la experiencia y el buen vino son protagonistas.



**34** **RELACIONES DE CALIDAD**  
Las relaciones que eliges también definen tu energía, tus decisiones y el camino que construyes.



**39** **EMBAJADORAS CON HISTORIA**  
Conoce de estas entretenidas mujeres, rostros femeninos que han acompañado el crecimiento de una de las marcas más vendidas del país.





46



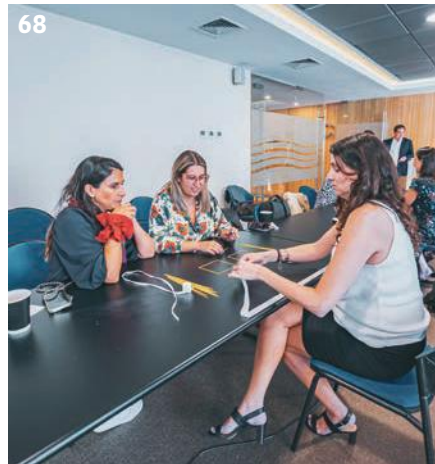
58

**46 GOLDEN WHEEL**  
Te contamos de la primera edición de estos premios que llegaron para quedarse y aplaudir a los modelos más vendidos en cada categoría a nivel nacional.

**58 MITSUBISHI DESTINATOR**  
Un nuevo SUV para siete pasajeros llega a Chile, pensado para familias que buscan diseño, espacio, seguridad, equipamiento y tradición.



62



68

**62 CON ESTILO CITADINO**  
Marzo empieza en tu ritmo y en estas páginas te invitamos a disfrutar de esa vuelta a bordo de un City car que puede sorprenderte.

**68 MUJERES EN ANAC**  
En el marco del mes de la mujer nos reunimos en ANAC junto a 20 mujeres influyentes del mundo automotriz, en torno a un “Marshmallow Challenge”.



76

**76 MODA EN MOVIMIENTO CON TAHOE**  
Estilo, actitud y versatilidad se encuentran en una historia protagonizada por Rosario Allende “Mamá Chasquilla” y la Chevrolet Tahoe.

**Directoras** Paola Leyton Torres / María de los Ángeles Gana F.  
**Columnistas** Diego Mendoza y Enzo Yacometti  
**Colaboradores** Leonardo Pacheco y Omar Oyarce  
**Periodistas** Rebeca Ubilla y Diana González  
**Director de Arte** Nelson Hermosilla Ralph  
**Fotografía** Brenda Sepúlveda, Andrés Poelher y Andrés Pendola  
**Representante legal** Paola Leyton T.  
**Mail** contacto@estilomotor.cl  
**Teléfono** 994381921



## DIJES DE VIAJE

### DELTA Y JET SET CANDY LANZAN COLECCIÓN EXCLUSIVA

Delta Air Lines y Jet Set Candy presentan una colección exclusiva de dijes inspirados en el mundo de los viajes, disponible en Delta Shop. La línea transforma los recuerdos de vuelo en elegantes souvenirs que celebran las ciudades y experiencias que forman parte de la red global de Delta.

La colección incluye collares con horizontes urbanos grabados, dijes de avión, maletas vintage y etiquetas de equipaje, elaborados en oro vermeil y plata esterlina. Cada pieza rinde homenaje a destinos icónicos como Atlanta, Boston, Detroit, Nueva York, Los Ángeles, Minneapolis, Seattle y Salt Lake City.

Pensada para viajeros frecuentes y amantes de las aventuras, esta propuesta permite llevar siempre cerca las historias y recuerdos de cada viaje. Disponible exclusivamente en Delta Shop hasta agotar stock.



FOTOS: DELTA AIR LINES.

## DEEP

### NUEVA BEBIDA CREADA PARA PRODUCTIVIDAD & PERFORMANCE



Deep es una bebida funcional, ligeramente gasificada, creada para acompañar momentos donde la concentración y el enfoque hacen la diferencia. Creada por chilenos y desarrollada en Europa, Deep combina ingredientes pensados para sostener el foco mental y una energía más estable durante el día.

Ideal para jornadas de manejo, estudio, trabajo o proyectos que requieren precisión, Deep propone un rendimiento más consciente y equilibrado. El resultado se siente como un motor bien afinado: respuesta precisa, potencia sostenida y control en cada movimiento. Porque cuando la mente está enfocada, avanzar deja de ser una carrera y se convierte en dirección y en este mundo que avanza cada vez más rápido, la verdadera diferencia está en la claridad. Encuéntrala en [www.holasomosdeep.com](http://www.holasomosdeep.com)



## NATURA EKOS

### LA EVOLUCIÓN DE LA BIO-BELLEZA

Natura Ekos evoluciona su imagen uniendo saber ancestral y ciencia bajo el concepto “De la potencia de la Amazonía para la belleza de tu piel”. Mediante el Proyecto Angatu, la marca estrena una estética sofisticada y sostenible, utilizando aluminio 100% reciclado en sus pulpas de manos para reducir drásticamente el impacto ambiental.

Ekos Castaña lidera la ultra-hidratación por 72h con una piel 100% más nutrida en un portafolio que incluye cremas, aceites, exfoliantes y jabones. En capilares, Patauá fortalece la raíz para cabellos 9 veces más resistentes, mientras Murumuru reconstruye la fibra reduciendo puntas abiertas en hasta 3 veces. Descubre este ritual de cuidado regenerativo con tu Consultora de Belleza o en [natura.cl](http://natura.cl).

## STUTTGART AUTOHAUS & PERFORMANCE

### UN NUEVO ESTÁNDAR EN EL MUNDO AUTOMOTRIZ

Stuttgart Autohaus & Performance se posiciona como un hub automotriz especializado en vehículos de alta gama, con un enfoque técnico y experiencial que busca elevar el estándar de servicio en la industria local. Ubicado en Vitacura, el espacio integra mantenimiento, reparaciones, proyectos, detailing y personalización, ofreciendo una solución integral para sus clientes.

El proyecto es liderado por Miguel Quezada, ingeniero mecánico con más de 24 años de experiencia en el mundo motor y una destacada trayectoria en Porsche, donde alcanzó el nivel de Porsche Master, además de desempeñarse como instructor y líder técnico en Ditec. Su formación internacional y especialización han sido clave en la creación de Stuttgart, lugar que busca replicar en Chile el estándar técnico y de servicio que caracteriza a la marca alemana.

Stuttgart invita a los entusiastas del mundo automotor a conocer sus instalaciones y ser parte de una comunidad que combina pasión, técnica y excelencia en Vitacura. [www. https://www.stuttgart.cl](https://www.stuttgart.cl)





**BELIF**

**LUMINOSIDAD COREANA PARA OTOÑO-INVIERNO**

Phenómeno skincare global con fórmulas honestas: naturales + tecnología para hidratar, reparar y brillar. Objetivo: glow radiante contra el apagado invernal.

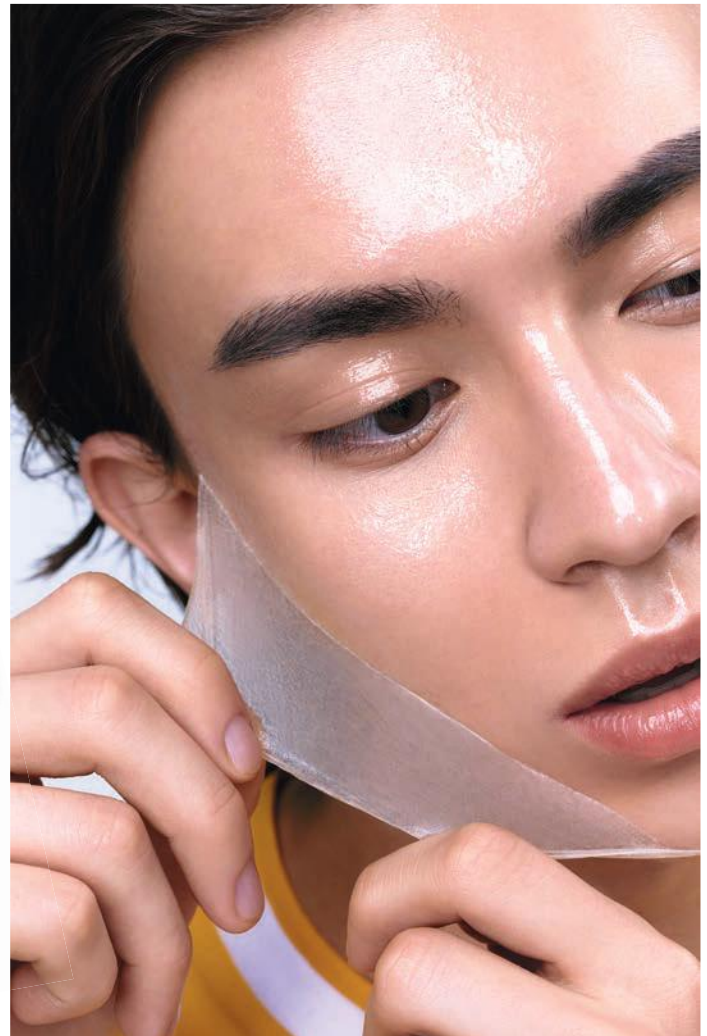
**Super Drops Glow Sérum Iluminador**

Concentrados herbales + PHA exfoliante suave, niacinamida y vitamina C. Hidratación instantánea, destellos dorado-rosa, glow sutil. Versátil:

- Sérum matinal post-tónico: tono uniforme, textura luminosa.
- Primer con FPS: brillo natural.
- Iluminador pómulos/nariz/labios: contorno definido. ¡Base maquillaje perfecta!

**Peel Glow Mascarilla Colágeno + Vitaminas**

Pearable sin enjuague: 4 vitaminas, cafeína, triple colágeno, hialurónico. Elimina tono oscuro, cierra poros, elasticiza. Post-crema nocturna: aplica cremosa amarilla (evita ojos/boca), seca 20 min, despega. Piel suave, hidratada, glowy. Exclusivo NOOKI: Costanera Center P1, nooki.cl.



# TU MATCH MINI.

*Encuentra el tuyo.*



Imagen corresponde a modelos MINI JCW Countryman, MINI Cooper S, MINI JCW Aceman Eléctrico y MINI JCW Cabrio. La marca MINI y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG. Consulta en showrooms MINI por promociones vigentes y soluciones de financiamiento. Más información en [www.mini.cl](http://www.mini.cl).

# HYUNDAI MOTOR COMPANY

## Un ejemplo de superación



Cuatro décadas y más de 750 mil vehículos vendidos, son los números que resumen parte de la historia que ha escrito Hyundai en nuestro país. Son dígitos fríos, pero esos guarismos dan cuenta de una de las aventuras comerciales más exitosas del mercado automotor chileno.

Por Leonardo Pacheco / Fotos: Newspress / Hyundai Media

**E**n un mundo cambiante y lleno de incertidumbre, son destacables esas alianzas que perduran a través del tiempo, que se consolidan y crecen, apoyándose en raíces tan profundas que resulta casi imposible causarles algún tipo de daño.

Y una de esas amistades que se han mantenido intactas, por más de cuarenta años de hecho,

es la que se selló en 1986 entre Gildemeister y Hyundai, dos empresas separadas por nada menos que 18.470 km, porque una tiene sede en Santiago y la otra en Seúl.

En la actualidad es muy difícil pensar en Gildemeister sin Hyundai o en Hyundai sin Gildemeister, tal como lo señala la información que se nos entregó durante la celebración del aniversario cuarenta de este acuerdo comercial; es una her-

mosa frase que quise utilizar en este reportaje. El mercado automotor chileno desde siempre ha sido complejo, difícil de abordar, aunque con reglas muy claras y con una enorme capacidad de evolución. Es por eso que muchos fabricantes se interesan en él, hasta el punto de correr riesgos e intentar las más osadas estrategias. Hyundai lo hizo, a finales de los setenta, pero el resultado no fue el esperado... porque en ese



Hyundai Coupé.



Hyundai Stellar.

entonces las marcas afianzadas dictaban las pautas a seguir.

Ahora bien, antes de iniciar la narrativa acerca de los primeros pasos que dio Hyundai en el mercado automotor chileno hasta convertirse en uno de los fabricantes más prestigiosos de la era contemporánea, demos un vistazo a su historia dentro de un contexto internacional.

### UNA MENTE PERSEVERANTE

La existencia de Hyundai Motor Company se debe a Chung Ju-Yung, un visionario de cuna sencilla que, en los difíciles años de la Corea azotada por las guerras, trabajó desde niño en el campo, a razón de 15 horas diarias. Pero la determinación de Ju-Yung nunca se vio afectada por las adversidades, y al cabo de tres intentos para dejar atrás la vida rural logró viajar hasta Seúl, ciudad donde consiguió empleo en un almacén de víveres.

Debido a su inteligencia natural, sagacidad para los negocios y una inagotable capacidad para aprender nuevas habilidades, en poco tiempo pasó de atender el mesón a administrar ese próspero negocio, por encargo de su propietario, por lo que el joven Chung Ju-Yung comenzó a vivir una nueva realidad.

Su mente hiperactiva y su físico infatigable lo llevaron a tomar enormes riesgos, como por ejemplo fundar su propia compañía, una empresa de transportes que consumió sus ahorros, dinero que tras el cierre de la tienda de víveres se transformó en su único patrimonio. El mentado emprendimiento inició en 1940, cuando Ju-Yung tenía 25 años recién cumplidos, pero desafortunadamente la compañía fue requisa-



Hyundai Elantra.

da por los japoneses, para sumarla a los esfuerzos de guerra.

En lugar de bajar los brazos, Ju-Yung le dio forma a un nuevo negocio, un pequeño taller para reparar automóviles, el que abrió sus puertas en 1943; ese sería el primer contacto de Ju-Yung con el mundo de los motores. En menos de tres años el taller había crecido, contando con más de 50 trabajadores en su nómina.

El taller llamó la atención de los japoneses, quienes en lugar de requisarlo lo fusionaron con otra empresa nipona, todo por el tema de la guerra. No obstante, el taller se mantuvo activo, hasta que en 1945 finalizó el conflicto bélico, los japoneses fueron derrotados, Corea se liberó del control del imperio japonés y el país se dividió en dos mitades... lo que hoy conocemos como Corea del Norte y Corea del Sur.

El destino y el futuro de Chung Ju-Yung estaba en la parte sur, así que el inquebrantable Ju-Yung se estableció definitivamente en Seúl. La apertura económica de Corea del Sur, impulsada por Estados Unidos, le ofreció valiosas oportunidades para fundar nuevos negocios.

Los automóviles que conducían los norteamericanos por las calles de Seúl llamaron la atención del empresario, quien rápidamente fundó un taller denominado Hyundai Motor Service, en 1947, nombre que surgió de un vocablo coreano que se traduce como modernidad.

Todo marchaba viento en popa, hasta que en 1950 nuevamente se desata una guerra, conflicto que se extendió por un lapso de tres años. Claro que Ju-Yung no perdió el tiempo y, además del taller de vehículos, tenía funcionando una empresa de construcción e ingeniería, rubros

que fueron altamente solicitados al final de la refriega.

Hyundai Engineering & Construction ayudó a reconstruir Corea del Sur, a conectar sus ciudades y brindarle apoyo a la comunidad. Iniciaba la década de los sesenta y el país comenzó un fuerte proceso de recuperación económica, una expansión industrial en la que las exportaciones se transformaron en un tema que se debía abordar con urgencia.

El gobierno de turno invitó a los grandes empresarios a participar en la expansión económica e industrial, y Chung Ju-Yung fue uno de los primeros en aceptar el desafío... claro que no con su división de ingeniería, sino que con su taller de automóviles. Fue así como en 1967 Chung Ju-Yung fundó la Hyundai Motor Company, una empresa dedicada no a la reparación de vehículos extranjeros, sino a la fabricación de automóviles surcoreanos, algo que hasta ese momento no existía en el país.

Para facilitar los procesos y acumular experiencia en el rubro de la fabricación de automóviles, algo que nadie tenía en Corea del Sur, Hyundai Motor Company firmó un acuerdo de colaboración con Ford Motor Company, por lo que Hyundai comenzó a fabricar el modelo Cortina, en 1968.

En 1972 se fundó una nueva empresa, la Hyundai Heavy Industries, dedicada al negocio naviero, algo fundamental cuando lo que se busca es exportar productos hacia los mercados más lejanos. El negocio de los astilleros para la construcción de navíos, brindó el capital necesario para que Hyundai, en todas sus derivaciones, se afianzara como una de las empresas más



Hyundai Sonata.

grandes de Corea del Sur.

Pero ya era hora de que Hyundai dejara de fabricar automóviles de otra marca, por lo que en 1974 fue contratado el ingeniero británico George Turnbull para que le diera forma al primer modelo 100% Hyundai. Turnbull se dedicó de lleno a cumplir el desafío, formó un equipo multidisciplinario y, tomando como base un Morris Marina, en 1975 presentó el afamado modelo Pony, un hatchback vestido por el estudio Ital-Design (Giorgio Giugiaro).

El Pony se transformó en el primer automóvil masivo desarrollado y producido en Corea del Sur, un ejemplar equipado con un tren motriz suministrado por Mitsubishi. Las exportaciones iniciaron al año siguiente, en 1976, hacia mercados emergentes como Ecuador y algunos rincones de Latinoamérica, aunque igual se co-

mercializó con bastante éxito en Grecia, Países Bajos e incluso Canadá.

En 1986 el Pony se acogió a retiro y se presentó el Excel, un ejemplar que puso a Hyundai en el difícil mercado de Estados Unidos. Pero la confiabilidad de sus modelos no era el fuerte de Hyundai, así que la marca decidió abrir centros de desarrollo en Alemania, Japón y Estados Unidos, e incluso aplicó un nuevo concepto... el de la Garantía Extendida.

El Sonata se estrenó en 1985 como un producto inédito, porque al Excel se le consideraba algo así como un Pony con otra carrocería. En 1990 se presenta el Elantra, un modelo que iba directamente a la yugular de las marcas japonesas, y en 1994 Hyundai revela uno de sus ejemplares más exitosos, el Accent.

En ese momento las críticas acerca de la con-



Hyundai Matrix.



Hyundai Getz.

fiabilidad de la marca ya se habían revertido, el público confiaba e incluso anhelaba poseer un Hyundai. Chung Ju-Yung le dio forma a una empresa gigantesca, un sencillo hombre nacido en la pobreza y en la precariedad de la Corea rural... y con esta historia algo nos queda muy claro: no hay límites cuando la voluntad es fuerte.

## CUATRO DÉCADAS EN CHILE

El primer contacto que tuvo Hyundai con el mercado automotor chileno se produjo a finales de 1977, cuando la empresa Autonor aceptó el desafío de comercializar el modelo Pony, más que nada para ser utilizado como taxi. La tarea no era sencilla, ya que la marca Hyundai no era conocida, y peor aún es que tenía que competir con las ya consolidadas casas japonesas, europeas y estadounidenses.

A Autonor le fue bastante bien con el Pony, pero la crisis económica que afectó a Chile a principios de los ochenta, provocó la quiebra del importador por lo que Hyundai quedó sin representación y, por ende, dejó de comercializarse en el país.

En 1985 Ricardo Lessmann -un nombre que con el paso de los años asumiría un rol protagónico en el desarrollo de Hyundai en Chile- se desempeñaba en la gerencia de Gildemeister Maquinarias. En esa constante búsqueda de nuevos negocios Lessmann les propuso a los responsables de Hyundai en Corea del Sur, importar dichos automóviles, pero bajo el alero de Gildemeister.

La propuesta no tuvo una buena recepción inmediata, pero algunos meses más tarde desde la casa matriz de Hyundai mostraron mucho interés en avanzar con la idea de regresar al mercado chileno, para lo cual la FISA (Feria Internacional de Santiago) ofrecía un escenario perfecto; por supuesto que Gildemeister sería su representante oficial.

Luego del acuerdo se fundó Automotores Gildemeister, y en agosto de 1986 llegan a Chile las primeras unidades para ser comercializadas, un line up de productos compuesto por el Pony, Pony Pickup y Stellar, este último un elegante sedán diseñado por el estudio Giugiaro y cuyo sucesor fue el Sonata.



Hyundai Santa Fe.



Hyundai i10 Style.

El primer establecimiento de Hyundai bajo los colores de Automotores Gildemeister se ubicaba en la Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 2488, pero más tarde se fueron sumando algunos concesionarios que confiaron plenamente en Gildemeister y en la gestión de Lessmann, quien en 1991 se concentró únicamente en el negocio de los automóviles.

Y de ahí en más el avance nunca se detuvo, porque Hyundai en muy poco tiempo conquistó al público, con sus ejemplares bien contruidos, atractivos y asequibles. Auténticos best seller

han portado la H cursiva, entre ellos el Accent, el Sonata, el Galloper, el Elantra y el Santa Fe, por nombrar algunos.

En la actualidad Hyundai es vista como una marca de corte aspiracional, siendo altamente valorada por los usuarios que buscan los máximos estándares en equipamiento, seguridad, dinámica y calidad. También se ha sumado exitosamente a la era de electrificación, sin olvidar sus innumerables éxitos en los certámenes de Rally, tanto en Chile como en el ámbito internacional.



# La filosofía Mazda en clave femenina

A través del tiempo Mazda ha construido una mirada profundamente humana y sensible al talento en todas sus formas. En esta edición conversamos con tres mujeres que hoy representan distintos aspectos de la marca: Marcela Kuhn, gerenta de marketing de Mazda Chile, y las embajadoras Ale del Sante y Bárbara Hernández. Desde sus propias veredas —la estrategia de marca, la creatividad estética y el deporte extremo— cada una comparte cómo la filosofía de Mazda dialoga con su forma de entender el trabajo, el detalle y la pasión por hacer las cosas con propósito.

Por Paola Leyton T. / Fotos: Brenda Sepúlveda / Makeup: Andrea Peña

**E**n Mazda, la relación entre las personas y la marca siempre ha sido central. Conceptos como Human Centricity, la filosofía de diseño KODO o la artesanía Takumi reflejan una forma de pensar donde el detalle, la sensibilidad y la experiencia humana son parte fundamental del producto. En ese contexto, el rol de las mujeres dentro de la marca ha ido ganando cada vez mayor relevancia, no solo desde el liderazgo corporativo, sino también desde la representación cultural y emocional de la marca. En el marco del Mes de la Mujer, en Estilo Motor conversamos con tres protagonistas que hoy representan distintas dimensiones del universo Mazda: Marcela Kuhn, gerenta de marketing de Mazda Chile; Ale del Sante, maquilladora y empresaria creativa; y Bárbara Hernández, reconocida nadadora de aguas heladas y referente del deporte extremo. Tres trayectorias distintas, unidas por valores comunes: el detalle, la perseverancia y la convicción de que el talento no entiende de géneros.

**MARCELA KUHN:**  
LIDERAR DESDE LA COHERENCIA

Cuando Marcela Kuhn asumió como gerenta de marketing de Mazda Chile hace cuatro años, venía de otra marca del segmento premium y lo hizo en un momento particularmente desafiante para la industria automotriz. El mercado enfrentaba las consecuencias de la pandemia, con problemas globales de abastecimiento y miles de clientes esperando por un vehículo.



Más allá del contexto profesional, tuvo una conexión con la marca en una dimensión personal. “Desde el primer momento conecté con la filosofía de Mazda: su herencia japonesa, sus pilares claros y su mirada centrada en el ser humano. Fue casi un amor a primera

vista”.

Mazda refleja una forma de pensar donde el detalle, el oficio y la experiencia humana son fundamentales. Para Marcela, trabajar en una marca con una identidad tan definida implica tanto un privilegio como una respon-



sabilidad. “Conceptos como el diseño KODO, la artesanía Takumi o el Human Centricity no son solo palabras, son decisiones reales que atraviesan todo lo que hace la marca”.

### CONSTRUIR MARCA EN UN MERCADO EXIGENTE

Uno de los grandes desafíos de su gestión ha sido acompañar la evolución global de Mazda hacia una propuesta más premium, marcada por hitos como la llegada del Mazda CX-60, el primer modelo de una nueva generación en Chile.

Este proceso se ha dado en un mercado altamente competitivo, con más de 90 marcas automotrices. En ese escenario, Marcela destaca la importancia de mantener una identidad clara y consistente en el tiempo.

“Uno de los grandes aprendizajes ha sido confirmar que la consistencia de marca es más poderosa que la inmediatez. Mazda es una marca muy coherente con su filosofía, y eso se refleja en sus productos y en la relación tan fiel que tiene con sus clientes”.

Para ella, la construcción de una marca sólida también depende profundamente de las relaciones humanas: con los equipos, socios

estratégicos y quienes representan la marca. Ese enfoque también se vive en la cultura interna de Mazda Chile. “Somos pocos, así que todos nos arremangamos cuando es necesario. No importa el cargo: si hay que mover autos o resolver algo, lo hacemos entre todos”.

### IMPACTO MÁS ALLÁ DEL MARKETING

Dentro de las iniciativas de Mazda, hay proyectos que emocionan especialmente a Marcela, como Futuros Takumi o Colores que Mueven. En ellos, niños construyen autos de madera o participan en la creación de murales, desarrollando creatividad, identidad y sentido de pertenencia.

“A veces, cosas que para nosotros pueden parecer simples pueden tener un impacto muy significativo para otros”, reflexiona.

En ese vínculo directo con las personas, especialmente con niños y jóvenes, encuentra una de sus mayores motivaciones. Verlos colaborar, concentrarse y disfrutar el proceso creativo —muchas veces lejos de las pantallas— es profundamente significativo. “En esos momentos uno entiende que, desde una marca, también se puede aportar”.

Porque el desafío no es solo construir una marca sólida, sino también dejar una huella: que Mazda sea recordada no solo por sus autos, sino por la forma en que se vinculó con las personas y su entorno.

### LIDERAR CON AUTENTICIDAD

En una industria históricamente masculina, su presencia en un cargo de liderazgo refleja cambios que comienzan a hacerse visibles.

“La industria automotriz ha sido mayoritariamente masculina, especialmente en áreas técnicas o cargos de alta responsabilidad. En lo personal, no he sentido que haya tenido que demostrar el doble, pero sí creo que ocupar estos espacios implica una responsabilidad: abrir camino y demostrar que hay distintas formas de liderar”.

Para Marcela, no es necesario adoptar estilos duros o autoritarios. “Se puede liderar desde la cercanía, la escucha y la colaboración”.

Aunque reconoce avances, cree que aún hay espacio para seguir creciendo. “Todavía falta para que la presencia femenina sea más natural. También hay un desafío entre nosotras: apoyarnos más, generar redes y ser mentoras para otras generaciones”.

## MÁS ALLÁ DEL TRABAJO

En lo personal, quisimos conocer mejor a Marcela y para eso le hicimos dos preguntas que nos revelan cómo se percibe y nos hablan de sus logros.

### ¿Qué tipo de mujer quieres ser dentro y fuera de la industria?

Una mujer coherente, profesional, cercana, empática y sencilla.

Creo mucho en un liderazgo que no se nubla por los cargos, los resultados o los títulos, sino que se construya desde el compromiso, el respeto y el ejemplo. Al final, uno es la misma persona dentro y fuera del trabajo.

Eso es algo que intento cuidar siempre: mantenerme fiel a quien soy, trabajar con convicción en lo que hago y tratar de aportar desde un lugar muy humano.

### ¿Qué consejo le darías a tu versión de 25 años?

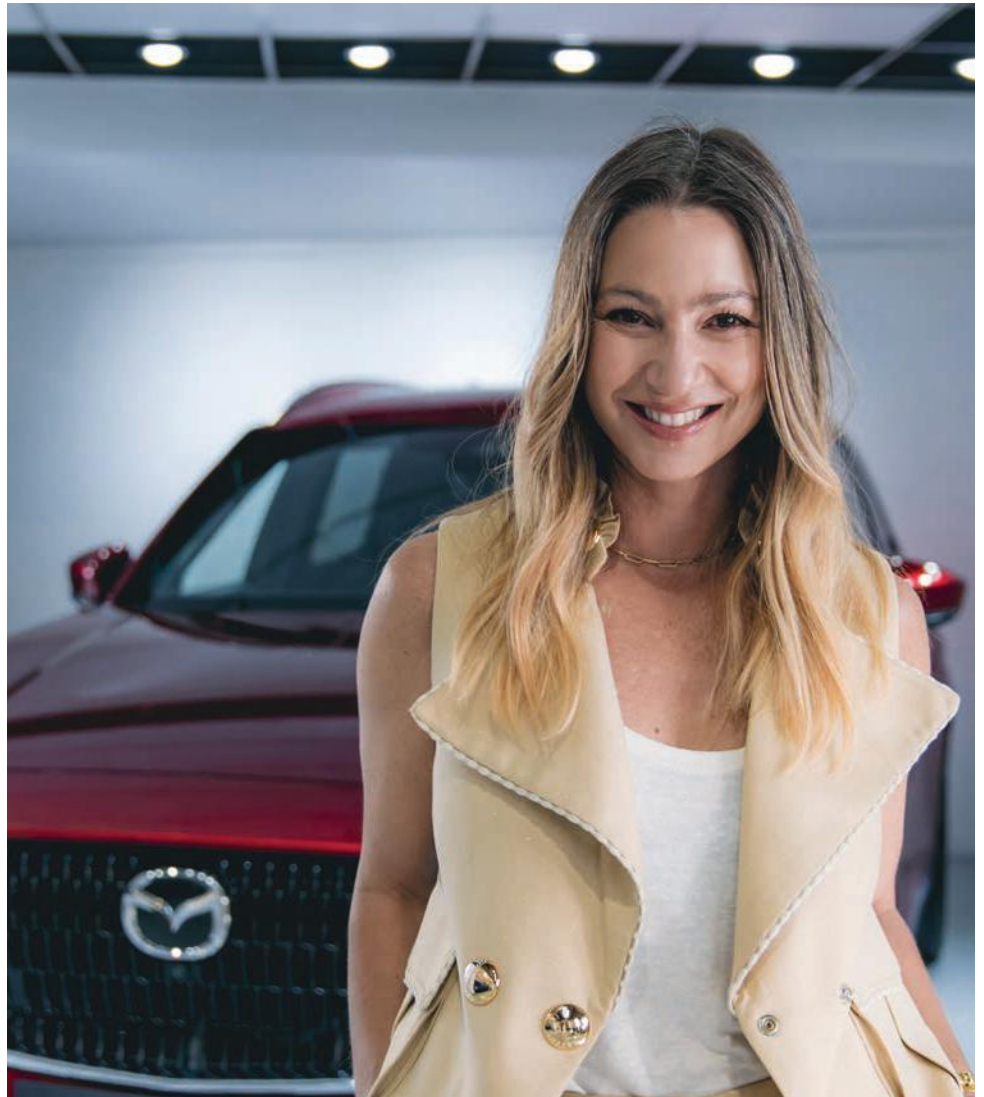
Le diría primero gracias, por no dejar de ser quien es. La abrazaría mucho y le recordaría que nunca pierda su esencia: su sensibilidad, su sencillez y su preocupación por los demás, porque eso es lo que realmente la hace única. También le diría que confíe más en ella misma y en su intuición, y que entienda que no hay nada defectuoso en ella, que su forma de sentir y de entregarse también es una fortaleza. Le diría que no se compare, porque los tiempos de cada persona son distintos, y que todo lo que viene, lo bueno y lo difícil también la va a ayudar a convertirse en la mujer que es hoy, una mujer de la que estoy profundamente orgullosa.

### **ALE DEL SANTE:** LA ESTÉTICA DEL DETALLE

En el mundo de la belleza, el trabajo de Ale del Sante se caracteriza por la precisión, la sensibilidad estética y la atención minuciosa por cada detalle. Valores que también forman parte del ADN de Mazda.

Su vínculo con la marca surgió de manera natural cuando fue invitada a convertirse en embajadora.

“Cuando me llamaron me incliné al tiro por



decir que sí. Era una marca que siempre me había llamado la atención y con el tiempo la relación se ha fortalecido de una manera maravillosa”, cuenta.

Aunque reconoce que no proviene del mundo automotriz, Ale encontró rápidamente una conexión con la filosofía de la marca, especialmente en la importancia que Mazda le da al detalle y a la experiencia.

“El trabajo que hacen con los artesanos japoneses tiene mucho que ver con lo que hago yo. El maquillaje también es detalle, precisión estética, luz. Hay una sensibilidad muy parecida”, explica.

Como maquilladora y empresaria, pasa muchas horas al día trasladándose por la ciudad. Por eso, la relación con su auto también tiene

una dimensión práctica.

“Paso muchas horas arriba del auto y me siento protegida, cómoda. No es un lujo ostentoso, es un lujo silencioso, lleno de detalles que hacen que el espacio se sienta propio”, comenta.

Esa idea de lujo discreto —una elegancia que no necesita exagerar— es uno de los conceptos que más la identifica con Mazda.

Pero su trabajo no se limita solo al maquillaje editorial. En los últimos años también ha desarrollado su propia línea de productos para el cuidado de la piel Asia Skincare y de cosméticos Asia Makeup, que hoy cuenta con presencia en tiendas como Casa Costanera, Parque Arauco y distintos distribuidores.

La propuesta sigue una lógica similar a la



que aplica en su trabajo creativo: productos livianos, funcionales y fáciles de usar, donde el maquillaje también puede ser parte del cuidado de la piel.

Para Ale Del Sante, representar a Mazda también tiene un significado más amplio dentro de la industria automotriz. “Es bonito ver rostros femeninos en una industria que históricamente ha sido masculina. Significa que seguimos avanzando y abriendo espacios”, señala.

En el Mes de la Mujer, su mensaje es claro: el verdadero empoderamiento no está en evitar las caídas, sino en aprender de ellas. “El empoderamiento no es que todo te resulte perfecto. Es aprender de los errores, levantar-

te y seguir avanzando con más experiencia”, reflexiona.

### **BÁRBARA HERNÁNDEZ:** CORAJE PARA CRUZAR LOS LÍMITES

Si hay una palabra que define a Bárbara Hernández es coraje.

Conocida internacionalmente como la “Sirena de Hielo”, la nadadora chilena ha construido una carrera extraordinaria enfrentando algunas de las aguas más extremas del planeta. Su disciplina exige preparación física, pero sobre todo una fortaleza mental capaz de enfrentar temperaturas cercanas

al congelamiento.

En esa forma de entender el desafío encontró también una conexión con la filosofía de Mazda. “Se conecta mucho con el atreverse a hacer las cosas desde el corazón, pero también con una rigurosidad muy grande. Nada se hace al azar”, explica.

Para la “Sirena de Hielo”, ser embajadora de la marca representa un orgullo que va más allá de lo deportivo. La relación con Mazda se construye desde valores compartidos: la persistencia, la búsqueda de excelencia y la conexión con la naturaleza.

“Hay algo muy bonito en esa armonía de la marca, en cómo busca adaptarse a la naturaleza en vez de ir contra ella”, comenta.

Su vida cotidiana es intensa. Viaja constantemente entre Santiago y distintas regiones del país y del mundo para entrenar, competir y desarrollar nuevos proyectos. En ese ritmo exigente, su auto se ha convertido en un espacio fundamental.

“Mi Mazda es como una extensión de mi hogar. Me da comodidad, silencio y seguridad. Es un espacio donde también puedo desconectarme y recuperar energía”, explica.

Pero el verdadero desafío de su disciplina ocurre en la mente. Para cruzar canales o nadar durante horas en aguas heladas, la preparación psicológica es tan importante como el entrenamiento físico.

“El miedo siempre está presente. La clave es aprender a convivir con él y entenderlo como una guía del camino”, reflexiona.

Hoy Bárbara se prepara para nuevos desafíos deportivos. Recientemente obtuvo dos medallas en un campeonato mundial tras recuperarse de una compleja lesión en la rodilla, y este año recibirá un reconocimiento histórico al ingresar al Marathon Swimming Hall of Fame, uno de los mayores honores en la natación de aguas abiertas.

Además, trabaja en un libro que explorará temas como el miedo, el dolor y la superación personal.

En el Mes de la Mujer, su mensaje para las nuevas generaciones es directo: “Sean auténticas y aférranse a sus sueños. Somos lo suficientemente valientes y capaces para construir cosas que parecen imposibles”.



TOYOTA

# ALL NEW RAV4

TODOS LOS DESTINOS. TODAS LAS HISTORIAS.



**BEYOND ZERO**  
VAMOS MÁS ALLÁ

Precio publicado de \$31.990.000.- corresponde a Toyota, modelo All New RAV4, versión All New RAV4 XLE 2.0 4x2 CVT, incluye IVA y bono de financiamiento por \$500.000.- con crédito de MITSUI AUTO FINANCE CHILE LIMITADA ("MAF Chile"), en Plan Renevee. Ejemplo calculado con 39,97% de pie de \$12.787.130.- y 60 cuotas de \$489.990.- más cuota final N°61 de: \$9.597.000.- Tasa de Interés de 1,79% mensual (puede variar al momento de la contratación). Costo Total del Crédito: \$38.981.340.- CAE: 25,47%. Bono de financiamiento sólo con crédito MAF Chile en Plan Renevee, pie mínimo 30% y máximo 40% y plazo mínimo de 25 meses. Monto del crédito informado es un ejemplo referencial. Los montos y demás condiciones del crédito pueden variar en función del monto y plazo del crédito. Vigencia de precios y bonos hasta el 31 de marzo de 2026 y no aplican en zona franca. Impuesto verde: \$635.990.- según asistente de cálculo en [www.sii.cl](http://www.sii.cl). Valores informados no incluye productos o servicios voluntariamente contratados. Bono y otorgamiento del crédito sujeto a evaluación crediticia de acuerdo con condiciones objetivas de MAF Chile, disponibles en: [www.mafchile.com](http://www.mafchile.com), y verificación de antecedentes. \*Consumo en ciudad 15,7 [km/l], mixto 14,7 [km/l], carretera 13,7 [km/l]. Valores de consumo de combustible han sido obtenidos en mediciones de laboratorio según ciclo de ensayo de la Comunidad Europea homologadas en el MTT. Más información en [www.consumovehicular.cl](http://www.consumovehicular.cl).

# Mujeres que conducen Porsche



## Distintas generaciones, una misma pasión

Más que una marca, Porsche es una emoción que atraviesa generaciones. Hoy, tres mujeres chilenas —de distintas edades y trayectorias— comparten una misma pasión: conducir, sentir y vivir la esencia de Stuttgart desde su propia mirada.

Por Paola Leyton T.

**A** lo largo de sus más de 75 años de historia, Porsche ha sido sinónimo de precisión, ingeniería y emoción al volante. Pero también ha sido un espacio donde mujeres han dejado huella, desafiando estereotipos y demostrando que el vínculo con la conducción va mucho más allá del género. Desde pioneras como Jacqueline Evans en la competición, hasta figuras clave como Louise Piëch dentro de la familia fundadora, la presencia femenina ha sido constante, llegando incluso a trascender el mundo automotriz hacia la cultura popular y el lifestyle contemporáneo. Hoy, esa conexión también se refleja en figuras globales como Dua Lipa —embajadora de la marca— o en íconos como Sally Carrera, el entrañable Porsche 911 de la película Cars, que han contribuido a reforzar el imaginario femenino ligado a la marca, combinando diseño, carácter y una identidad que conecta

con nuevas generaciones. En nuestro país, esta historia continúa escribiéndose. Conversamos con mujeres que no solo conducen Porsche, sino que encuentran en ellos una extensión de su identidad, su historia y su forma de entender la libertad. Te invitamos a conocerlas:

**CRISTINA OYANEDEL:**  
ATREVERSE EN CUALQUIER  
ETAPA DE LA VIDA

Para Cristina Oyanedel, llegar a Porsche no fue una decisión impulsiva, sino la materialización de un deseo postergado. Su Boxster —descapotable, elegante y con una configuración que refleja su personalidad— apareció en el momento justo: en plena pandemia, con una oportunidad difícil de ignorar. “Siempre lo había querido”, reconoce, como quien finalmente se permite cumplir una deuda consigo misma.

El contexto puede haber sido particular, pero lo que vino después fue profundamente transformador. Lo que comenzó como una compra emocional pronto se convirtió en una puerta de entrada a un mundo nuevo: cursos de manejo en pista, participación activa en el Porsche Club Andino y, sobre todo, el descubrimiento de una seguridad personal al volante que no había explorado antes. “Ahora me siento la reina del autódromo”, dice, con una mezcla de humor y convicción. En un entorno históricamente dominado por hombres, Cristina no solo ingresó al club, sino que marcó un precedente. Fue la primera mujer en integrarse, y durante mucho tiempo, la única. Lejos de incomodarla, ese escenario le resultó familiar: su trayectoria profesional, ligada a rubros tradicionalmente masculinos como el del transporte, le había enseñado a moverse con naturalidad en esos espacios. Hoy, su presencia busca abrir camino.



Lo que más valora de su Porsche no es solo el diseño o el carácter del modelo, sino la precisión con la que responde. La tecnología, la sensación de control y la confianza que transmite el auto son elementos que destaca constantemente.

Un detalle que vale la pena contar en esta historia es que Cristina siempre soñó con tener un Porsche descapotable, inspirado en ese imaginario glamoroso de Penélope Glamour, un icónico personaje animado, famoso por ser la única mujer piloto en la serie Los Autos Locos que contaba con una mezcla única de estilo, personalidad y actitud que hoy también proyecta Cristi en la vida real, reforzando ese vínculo auténtico entre quien es y lo que conduce.”

Su historia es también una invitación a no poner límites en función de la edad, a entender que las pasiones no tienen fecha para cumplirse y que siempre existe un momento para atreverse. En su caso, ese momento llegó con un Boxster, pero sobre todo con la certeza de que nunca es tarde para tomar el volante de lo que realmente se quiere.

**NICOLE SANCY:**  
LA HERENCIA DE UNA PASIÓN COMPARTIDA

Para Nicole Sancy, Porsche nunca fue una aspiración lejana. Fue parte de su vida desde siempre. Creció entre encuentros, paseos y conversaciones donde los autos eran protagonistas, acompañando a su padre —presidente del Porsche Club Andino— en una rutina que, con el tiempo, se transformó en tradición familiar.

Sus recuerdos no están marcados únicamente por modelos o prestaciones, sino por momentos: madrugar para salir a un encuentro, compartir con otras familias, vivir la camaradería que se genera en torno a una misma pasión. “Lo más bonito no eran solo los autos, sino el ambiente”, resume. En esa frase se condensa una mirada distinta, donde el auto deja de ser objeto para convertirse en vínculo. Dentro de sus primeros recuerdos está un jeep a control remoto con el que le encantaba



Nicole junto a su padre Mitchell Sancy.



jugar y con el cual desarrolló el gusto por los autos. Posteriormente recuerda los Porsche que tuvo su padre, tales como un Porsche 911 Turbo S y un Porsche 924 Turbo. Esa conexión emocional evolucionó con los años. De copilota en eventos y encuentros en el Autódromo Internacional de Codegua o como los de Cars & Coffee, pasó a participar activamente al volante, encontrando su propio espacio.

Cuando habla de conducción, lo hace desde lo sensorial: “Creo que lo que hace único manejar un Porsche es la experiencia que entrega. Es un auto muy entretenido de manejar y que nunca deja de sorprenderte; cada vez que te subes vuelves a disfrutarlo. Además, transmite pasión, adrenalina, y sensación de libertad”.

Si tuviera que elegir un modelo que la represente, se inclina por el 911 GT3 RS. “Me en-

canta que represente el lado más deportivo y radical de la marca, con un enfoque muy claro en el desempeño y en la experiencia de manejo. Siento que refleja bien mi personalidad, porque transmite mucha energía, carácter y pasión por los autos. Además, mantiene la esencia clásica del 911, pero llevada a un nivel mucho más extremo, algo que siempre me ha llamado mucho la atención dentro del mundo Porsche”.

Nicole, quien además es educadora de párvulos, encarna a una generación que heredó la pasión, pero que la resignifica. Que entiende el valor de la comunidad, pero también el de construir una voz propia dentro de ella. En su caso, Porsche no es solo legado, es continuidad.

### VALENTINA CANDIA: UNA NUEVA GENERACIÓN SIN LÍMITES

Con apenas 18 años, Valentina Candia representa una nueva generación de fanáticos de la marca. Su historia comienza, como muchas, desde la cercanía: un padre apasionado por los autos. Pero lo que partió como acompañamiento, rápidamente se transformó en vocación. Desde pequeña practicó en karting y la Fórmula 4, pero no



le atrajeron lo suficiente.

El punto de inflexión fue claro: un Porsche GT2 RS en el Autódromo de Codegua. No fue solo una experiencia, fue una revelación. “Es una sensación difícil de explicar, Yo creo que me marcó mucho porque logré entender esta sensación que tenía la gente, como enamorada de los autos, que le encantaba demasiado, y logré sentir esa sensación que es muy difícil de explicar, pero que te deja

como obsesionado”.

Hoy entrena en un Porsche 911 GT3 Cup 997, con la mirada puesta en la competencia, buscando llevar el auto al límite y entender sus capacidades desde la práctica. Para ella, Porsche es exigencia, pero también confianza.

Su forma de describir la conducción es reveladora: la compara con volar. “Creo que manejar un Porsche es una sensación como de sentirse en otro mundo, donde todo responde muy rápido y de forma muy precisa, y uno se siente 100% conectado con el auto, se siente como si el auto fuera parte de ti”. Valentina también es consciente del cambio cultural que está ocurriendo. Sabe que históricamente el automovilismo fue un espacio masculino, pero también percibe una apertura creciente. Su presencia en pista genera sorpresa, pero también admiración. Y ella lo asume con naturalidad, sin necesidad de validación.

Su mensaje es directo: que más mujeres se atrevan. Que no vean el mundo motor como algo lejano o inaccesible. En su historia no hay barreras, solo oportunidades. Y en ese sentido, no solo representa el futuro de Porsche en Chile, sino también una nueva forma de entender la pasión por conducir: más libre, más inclusiva y, sobre todo, sin límites.



**P**ocas marcas en la industria automotriz han logrado construir una reputación tan sólida en torno a atributos como la seguridad, durabilidad y confianza. Con el paso de los años, nombres como Corolla, RAV4 o 4Runner se han convertido en verdaderos referentes globales de calidad, modelos que generación tras generación han consolidado la confianza de millones de conductores. Y esa misma confianza es la que viene a la mente cuando uno se pone al volante del nuevo Toyota bZ4X. Porque, aunque ahora estamos frente a un vehículo completamente eléctrico desarrollado sobre una plataforma específica para este tipo de tecnologías, la sensación sigue siendo la misma: Toyota sigue siendo Toyota.

La marca japonesa ha sido históricamente cauta a la hora de dar pasos tecnológicos. No se trata simplemente de llegar primero, sino de llegar bien. Tras más de dos décadas desarrollando electrificación a través de sus sistemas híbridos, Toyota introduce su primer SUV 100% eléctrico en Chile con el bZ4X, un modelo que forma parte de la visión global Beyond Zero, orientada a avanzar hacia una movilidad más limpia y sostenible.

Incluso su nombre tiene una lógica detrás. Aunque a primera vista puede sonar más cercano a un dispositivo tecnológico que a un automóvil, “bZ” hace referencia a la estrategia



# Toyota bZ4X: cuando la confianza también se electrifica

Probamos el nuevo Toyota bZ4X, el primer SUV 100% eléctrico de la marca japonesa que llega a Chile con hasta 475 km de autonomía, demostrando que incluso en la era eléctrica Toyota sigue haciendo lo que mejor sabe: construir autos confiables, cómodos y pensados para la vida real.

Por Paola Leyton T. / Fotos: Brenda Sepúlveda



Beyond Zero, el “4” indica su posicionamiento en un segmento similar al del RAV4, y la “X” responde a su carácter de crossover. Pero más allá de su particular denominación, lo realmente importante es cómo se comporta en la vida real. Y ahí es donde el bZ4X comienza a mostrar sus credenciales.

### DISEÑO CON IDENTIDAD PROPIA

A primera vista, el bZ4X deja claro que estamos frente a algo distinto dentro del portafolio de Toyota. Su diseño apuesta por un lenguaje moderno, con líneas angulosas y superficies limpias que refuerzan su carácter

tecnológico y aerodinámico.

Las proporciones del vehículo también llaman la atención. Con casi 4,7 metros de largo, el SUV transmite una presencia sólida en la calle, mientras que elementos como los pasos de rueda marcados y las llantas de aleación de 20 pulgadas, muy atractivas en su diseño, aportan un aire robusto que dialoga bien con el segmento al que pertenece.

En el frontal, la ausencia de una parrilla tradicional —característica típica de los vehículos eléctricos— se combina con ópticas delgadas y un diseño muy limpio, mientras que en la parte posterior las luces LED horizontales refuerzan una estética contemporánea que se aleja del lenguaje más conservador que históricamente ha caracterizado a Toyota.

En la parte trasera, el portón eléctrico con función manos libres facilita la carga del maletero, que ofrece 452 litros de capacidad. Eso sí, fiel al estilo de algunos modelos de la marca, su apertura y cierre se realizan con cierta calma y acompañados de avisos sonoros.

### UN INTERIOR PENSADO PARA EL CONDUCTOR

Al interior del bZ4X se percibe de inmediato un ambiente tecnológico pero funcional. El tablero presenta una arquitectura horizontal

y minimalista donde destaca la gran pantalla central de 14 pulgadas, desde la cual se gestionan la mayoría de las funciones del vehículo y que, por supuesto, es compatible con Android Auto y Apple CarPlay. Su conectividad inalámbrica funciona rápidamente y de manera bastante intuitiva, por lo que incluso quienes no son particularmente nativos digitales podrán conectar su teléfono, escuchar su música o desplegar aplicaciones como Waze sin complicaciones.

La calidad percibida también destaca, con abundantes materiales suaves al tacto en distintas zonas del habitáculo, lo que refuerza la sensación de buen nivel de terminaciones.

La interfaz es moderna y visualmente limpia. Sin embargo, como ocurre en muchas pantallas de gran tamaño, ciertas funciones quedan algo escondidas dentro de distintos menús, lo que puede dificultar acceder a ellas rápidamente mientras se conduce. Afortunadamente, Toyota mantuvo algunos controles físicos para operaciones clave, como los diales del climatizador y una perilla de volumen dedicada para el sistema de audio, lo que facilita su uso sin depender completamente de la pantalla táctil.

El cuadro de instrumentos digital es de 7 pulgadas y está ubicado en una posición poco habitual: alto y alejado, prácticamente en la base



del parabrisas. Este diseño permite mantener la información siempre dentro del campo visual sin necesidad de recurrir a un head-up display independiente, algo que personalmente encontré muy cómodo. Para no interferir con la visibilidad del clúster, el volante —de diámetro compacto y con numerosos controles integrados— se sitúa en una posición baja, un planteamiento que inevitablemente recuerda al i-Cockpit de otra marca francesa.

Los asientos delanteros resultan especialmente cómodos y ofrecen un excelente soporte, algo que se agradece en trayectos largos. En la versión que probamos —la 2WD de tracción delantera— incorporan calefacción y ajuste eléctrico, elevando aún más la sensación de confort.

Un detalle curioso del habitáculo es la ausencia de una guantera tradicional en el lado del pasajero. En su lugar, el bZ4X ofrece un espacio abierto bajo la consola central flotante y un compartimento profundo bajo el reposabrazos delantero, ideal para guardar documentos u objetos personales. A esto se suman generosos bolsillos en los paneles de las puertas, pero igual me hubiera gustado contar con ese tradicional espacio de almacenaje.

La segunda fila tampoco se queda atrás en equipamiento: incorpora ventilaciones de aire, puertos USB-C, bolsillos portaobjetos en los respaldos y un apoyabrazos central con portavasos. A esto se suma un espacio generoso que permite que viajen cómodamente tres pasajeros adultos.

## PLATAFORMA ELÉCTRICA Y AUTONOMÍA

El Toyota bZ4X se ofrece en dos versiones: 2WD y AWD. Durante nuestra prueba manejamos la



variante de tracción delantera.

El modelo fue desarrollado sobre una plataforma específica para vehículos eléctricos, lo que permite optimizar la distribución del peso y el comportamiento dinámico.

Su batería de 73,1 kWh permite alcanzar una autonomía de hasta 475 kilómetros en la versión 2WD, cifra competitiva dentro del segmento de los SUV eléctricos medianos. El motor eléctrico delantero desarrolla 221

hp de potencia y 269 Nm de torque. Para el caso de la variante AWD se agrega un motor eléctrico trasero.

En términos de carga, el sistema permite recuperar gran parte de la batería en alrededor de 35 minutos utilizando corriente continua, mientras que en corriente alterna el proceso puede completarse en cerca de cuatro horas y media, dependiendo de la infraestructura disponible.



## SENSACIONES AL VOLANTE

Lo primero que llama la atención al iniciar la marcha es el silencio. Es tan silencioso que resulta muy útil que en la pantalla de instrumentos aparezca la palabra Ready cuando el vehículo está listo para avanzar, porque de lo contrario sería difícil saber si está encendido o no. Luego de un par de kilómetros, la conducción

del bZ4X transmite exactamente la sensación de equilibrio que uno espera de un Toyota. A diferencia de muchos vehículos eléctricos, donde la entrega de potencia puede sentirse abrupta, el bZ4X dosifica la aceleración de manera mucho más progresiva. La respuesta es inmediata, pero la velocidad se construye de forma uniforme y controlada, evitando ese empuje brusco que caracteriza a algunos rivales.

Hay distintos niveles de frenado regenerativo que se pueden seleccionar mediante las levas ubicadas en el volante. Sin embargo, ninguno ofrece una conducción completamente de un solo pedal, por lo que es necesario utilizar el freno para detener el vehículo por completo. La dirección también sorprende por su calibración más firme de lo habitual, lo que aporta una sensación de mayor conexión con el camino. No es deportiva, pero sí transmite confianza.

Incluso con las grandes llantas de 20 pulgadas, la suspensión logra absorber con eficacia tanto los baches más grandes como las pequeñas imperfecciones del camino y la batería ubicada en el piso ayuda a bajar el centro de gravedad, generando una sensación de aplomo muy clara tanto en ciudad como en carretera. Y algo que me gusta mucho es que en materia de seguridad, este SUV parte con una base sólida: ocho airbags de serie, a los que

## » DATOS VERSIÓN 2WD:



**Motorización eléctrica:** 165 KW /221 HP / 269 NM

**Batería:** de Iones de Litio 73,11 KWH

**Autonomía (WLTC):** 475 Km

**Performance 0-100 km/h:** 7,4 segundos

**Precio:** Desde \$41.990.000

se suma el sistema Toyota Safety Sense, un completo paquete de asistencias activas que reúne diversas tecnologías orientadas a prevenir accidentes y asistir al conductor, pero que no son invasivas al momento de manifestarse con volanteos bruscos o sonidos de alerta muy fuertes, como ocurre en varias marcas de origen chino.

Este conjunto se complementa con cámaras de visión de 360 grados, sensores y otros sistemas electrónicos que refuerzan la seguridad tanto en maniobras de estacionamiento como durante la conducción diaria y que permiten que vayamos muy tranquilos detrás del volante.

## UNA TRANSICIÓN NATURAL HACIA LO ELÉCTRICO

La llegada del Toyota bZ4X marca un paso importante dentro del camino de electrificación de la marca en Chile. No busca romper con todo lo conocido ni reinventar la fórmula, sino trasladar la movilidad eléctrica a aquello que Toyota ha construido durante décadas: confianza, solidez y facilidad de uso.

Y quizás esa sea precisamente su mayor virtud. Porque en un mundo donde muchos autos eléctricos buscan impresionar con cifras o aceleraciones espectaculares, el bZ4X apuesta por algo mucho más simple —y probablemente más valioso—: ofrecer una experiencia de conducción equilibrada, cómoda y predecible, porque aún en esta era eléctrica, Toyota sigue siendo Toyota.

# LA RUTA DEL LUJO: entre viñas, motores y paisajes que invitan a quedarse



Bentley Bentayga.

Hay viajes que se planifican por el destino. Y hay otros —los mejores— que comienzan a disfrutarse desde el primer kilómetro. En Chile, una de las escapadas que hoy seduce a quienes aman el lujo, la buena mesa y los grandes autos es recorrer los valles vitivinícolas más exclusivos al volante de un automóvil de alta gama. Porque cuando la ruta es tan atractiva como el destino, cada curva se transforma en parte de la experiencia.

Por Angeles Gana



Viña Vik.



## SALIR DE LA CIUDAD, ENTRAR EN OTRO RITMO

Desde Santiago, basta poco más de una hora para que el paisaje cambie radicalmente. El camino hacia el Valle de Casablanca serpentea entre suaves lomajes cubiertos de viñedos que, según la estación, cambian del verde intenso a tonos dorados.

Casablanca tiene un carácter muy particular dentro del mundo del vino chileno. La cercanía del océano Pacífico aporta brisas frescas que envuelven los viñedos en una niebla matinal suave, creando un clima ideal para cepas elegantes como el Sauvignon Blanc y el Pinot Noir. Esa mezcla de frescura costera, arquitectura contemporánea y gastronomía refinada ha convertido al valle en uno de los destinos favoritos del enoturismo internacional.

Es el tipo de ruta que se disfruta con calma,

ideal para sentir el refinamiento de un gran sedán como el Mercedes-Benz S-Class o la sofisticación silenciosa de un gran turismo como el Bentley Continental GT, donde cada detalle del interior, cuero, madera, tecnología invisible, recuerda que el lujo verdadero está en el confort.

Una parada imprescindible es Bodegas RE, una bodega boutique que mezcla tradición y creatividad. Aquí el vino se explora como una obra de autor, con ensamblajes poco convencionales y degustaciones íntimas rodeadas de arquitectura contemporánea.

A pocos minutos, el almuerzo perfecto espera en Tanino Restaurant, donde la cocina de temporada dialoga con los vinos del valle. Sentarse en su terraza, con vista a los viñedos y una copa de Sauvignon Blanc en la mano, es parte de ese lujo simple que hoy buscan los viajeros sofisticados, tiempo, paisaje y buena gastronomía.

Pero Casablanca también tiene algo de vida rural elegante, caminos de tierra entre parras centenarias, pequeños productores que trabajan la tierra al amanecer y bodegas que combinan tradición campesina con arquitectura contemporánea. Todo sucede en un ritmo pausado, casi europeo, que invita a disfrutar el viaje sin mirar el reloj.

## RUMBO AL CORAZÓN DEL VINO CHILENO

Si Casablanca es sofisticación costera, el Valle de Colchagua representa el alma profunda del vino chileno. El trayecto hacia el sur abre paisajes amplios donde los viñedos parecen no terminar nunca y las montañas de la cordillera de la Costa dibujan el horizonte. Aquí la experiencia se vuelve más rural, más auténtica. Carretas antiguas decoran los accesos a las viñas, caballos recorren los



Mercedes-Benz Clase S.

campos al amanecer y los aromas de tierra, madera y uva madura llenan el aire en época de cosecha.

Es un escenario perfecto para disfrutar la conducción en un SUV de lujo como el Range Rover Autobiography, capaz de recorrer con elegancia tanto las carreteras como los caminos rurales que llevan a algunas de las bodegas más exclusivas del país.

En Santa Cruz el ambiente es distinto: plazas tranquilas, restaurantes acogedores y hoteles boutique rodeados de viñedos. El tiempo parece avanzar más lento, como si el valle protegiera su propio ritmo.

Uno de sus íconos es Viña VIK, donde arte, arquitectura y vino se mezclan en un entorno futurista enclavado entre cerros. Su hotel boutique parece suspendido sobre los viñedos y ofrece una de las vistas más espectaculares del valle.

Otra visita imprescindible es Clos Apalta Winery. Su impresionante bodega subterránea, considerada una de las más bellas del mundo, es casi una catedral del vino: niveles excavados en la tierra, barricas alineadas con precisión y una atmósfera que mezcla silencio, aroma a madera y promesas de grandes cosechas.



### CUANDO EL VALLE CELEBRA: LA MAGIA DE LA VENDIMIA

Si hay un momento en que Colchagua revela toda su personalidad es durante la vendimia. Cada marzo, la ciudad de Santa Cruz se transforma en el corazón del vino chileno con la tradicional Fiesta de la Vendimia de Colcha-

gua, uno de los eventos enológicos más importantes del país.

La edición 2026, celebrada entre el 6 y el 8 de marzo, reunió a cerca de veinte viñas del valle en tres días de degustaciones, gastronomía, música en vivo y actividades culturales que atrajeron a miles de visitantes de Chile y del extranjero.



Bentley New Continental GTC.



Hotel Casa de Campo en Santa Cruz.

Durante esos días, la plaza de Santa Cruz se llenó de aromas a parrilla, empanadas y uva recién cosechada. Sommeliers sirvieron copas de los vinos más emblemáticos del valle, mientras músicos y grupos folclóricos animaron las noches bajo el cielo tibio del final del verano. Para quienes recorren la ruta del vino en un

auto de lujo, vivir la vendimia tiene un encanto especial: los caminos rurales están llenos de actividad, los tractores transportan las primeras uvas de la temporada y las bodegas organizan catas privadas, almuerzos de cosecha y recorridos exclusivos por los viñedos. Es el momento en que la tradición campesina se encuentra con el enoturismo de alto nivel.

## DORMIR ENTRE VIÑEDOS

Cuando cae la tarde, el valle revela otra dimensión. El silencio del campo, el cielo despejado y la luz dorada sobre las parras crean el escenario perfecto para alojarse en lugares donde el lujo se vive con naturalidad, como VIK Chile o el Hotel Casa Silva.

Desde la terraza, una copa de carménère en la mano y el auto estacionado frente a los viñedos —quizás un deportivo eléctrico como el Porsche Taycan— recuerdan que el lujo contemporáneo ya no busca impresionar, sino emocionar.

## CUANDO EL CAMINO ES PARTE DEL DESTINO

Hoy, los viajeros más sofisticados no buscan sólo hoteles cinco estrellas o restaurantes premiados. Buscan experiencias. Y pocas combinan tan bien paisaje, cultura y placer de conducción como una ruta entre viñas. Porque al final, el verdadero lujo no está sólo en llegar a un gran destino, sino en disfrutar cada momento del viaje: el sonido del motor, el aroma del vino recién servido y la sensación de que, por un instante, el tiempo avanza un poco más lento.

# La ciencia lo confirma: las personas correctas alargan tu vida



FREPIK

Cada vez hay más antecedentes que indican que vincularnos con otros, manteniendo relaciones sanas, nos permite hacer más llevadera la vida, teniendo importantes efectos en nuestro bienestar general. ¿La razón? Interactuar con los demás reduce el estrés y nos ayuda a vivir mejor, protegiendo así nuestro sistema inmune, entre otros factores.

Por Rebeca Ubilla M.

**Y**a no son sólo el ejercicio y la alimentación los que importan para vivir bien; hoy necesitamos otro factor: relaciones de calidad, esas que

nos hacen hacer más llevadera la vida, que nos escuchan sin juzgar y apoyan de manera incondicional. Esto, porque tanto la ciencia como la experiencia están indicando el valor que ellas ejercen en nuestro bienestar general. Es así como los últimos estudios realizados en Harvard muestran que las relaciones de calidad actúan como un “sistema de amortiguación” biológica y psicológica. “No se trata de vínculos perfectos, sino suficientemente buenos: relaciones en las que podemos contar con alguien cuando arrecia la vida. Esa disponibilidad percibida reduce el desgaste del organismo por estrés crónico y favorece la recuperación”, destaca el informe.

Marian Rojas Estapé, psiquiatra española autora de exitosos libros, indica que envejecer bien implica cultivar relaciones de calidad con “personas vitamina” que liberen oxitocina (la hormona del amor y la conexión) para reducir el estrés y fortalecer el sistema inmune, combatiendo la soledad —la peor epidemia—, junto con hábitos como el ejercicio, la buena alimentación, el descanso y tener un proyecto de vida claro, todo para generar bienestar y longevidad.

Así las cosas, pareciera que la receta está dada, entonces cabe preguntarnos: ¿Cómo se describen las relaciones de calidad? Carolina Santelices, psicóloga, magíster, relatora y entrenadora de psicología positiva, señala que “son aquellas que proveen seguridad emocional, sentimiento de pertenencia y valor. En relaciones positivas y constructivas, hay un reconocimiento mutuo de cada uno como sujeto de derecho, hay una validación recíproca como semejantes en términos de dignidad como seres humanos y, por lo tanto,



FREPIK

hay respeto mutuo. A la vez, hay una validación del otro como alguien diferente, como una persona distinta, con pensamientos, percepciones y sentimientos propios”.

#### EL VALOR

Hoy hay coincidencia en que en los vínculos de calidad podemos mostrarnos tal cual so-

mos; la vulnerabilidad deja de ser un riesgo, ya que está presente la seguridad, el sentimiento de pertenencia y el valor personal. Así, las relaciones positivas cumplen una doble función: “ser refugio para la calma y regulación ante efectos negativos de adversidad o estrés y, a la vez, ser base desde la cual se puede ‘explorar’, ser autónomo e independiente. Es fundamental entender que



FREEMPIK

una relación de calidad no es una relación sin conflictos. Las tensiones, los desacuerdos y las dificultades son naturales en cualquier interacción humana. Lo que distingue a un vínculo positivo y constructivo no es la ausencia de crisis, sino la voluntad de mejora, el respeto mutuo en el abordaje de conflictos y la capacidad de reparación”, comenta la psicóloga.

Entonces, ¿cómo inciden en nuestra salud física y mental? En los mencionados estudios de Harvard se dice que quienes reportan lazos cálidos y estables tienden a presentar mejores marcadores de regulación del estrés, mayor salud cardiometabólica en la madurez y una protección cognitiva en edades avanzadas.

Carolina Santelices explica que la calidad de los vínculos fomenta estados psicológicos de regulación emocional. “Nuestra fisiología logra estabilizarse y desarrollarse desde la seguridad y confianza que otorgan las relaciones de calidad. En este sentido, estos vínculos actúan como un ‘amortiguador’ frente a los efectos adversos del estrés. A través de nuestro sistema nervioso, detectamos señales de peligro o seguridad en la interacción con los demás, lo que desencadena la secreción de hormonas que impactan el bienestar integral”.

Añade que, en ese sentido, “tener a quien acudir para recibir la calma necesaria ante situaciones de amenaza o estrés, sentirse visto, comprendido y valorado, genera una seguridad mental que favorece la liberación de oxitocina (hormona que se secreta con la conexión) y regula el cortisol (hormona del estrés), protegiendo así el sistema inmunitario. En el plano psicológico, sentir pertenencia, saberse querido, significativo y respetado fortalece la autovaloración y la salud mental”.

### COMUNICACIÓN LIMITADA

Un cuestionamiento válido hoy es si la tecnología logra incentivar los vínculos o interfiere en ellos. Para Juan Pablo Westphal, psicólogo clínico de Clínica Santa María y de psicologosencasa.com, “en la era de las comunicaciones estamos bastante incomunicados, porque si bien la tecnología nos favorece la comunicación inmediata, también la ha simplificado. La gente, sobre todo los jóvenes, se comunica, pelea, discute y toma decisiones por WhatsApp o Instagram, que son textos, y estos son más lentos que la palabra; por lo tanto, no alcanzamos a redactar todo lo que queremos en forma inmediata y a esto se une que están sin emociones. Se inventaron las caritas (emojis) para generarlas, pero no suplen la emotividad que genera una conversación. Así, se genera la ilusión de una comunicación efectiva, cuando es una comunicación bastante limitada”.

Por otra parte, reconoce que los videos y los mensajes con audio permiten acercarnos y comunicarnos, sobre todo en la distancia, “lo que es bastante bueno y una gran ganancia. La tecnología ha traído la inmediatez; por ejemplo, puedo hablar con alguien en China y ese es el lado positivo, porque acerca en la distancia... pero la tecnología no suple el contacto, la piel, el tono de voz, el mirarnos, el conectarnos”.

Respecto al uso de inteligencia artificial, el especialista dice que “ella está trayendo algo bien particular y que es parte de todas las modas; la gente le



Carolina Santelices, psicóloga, magíster, relatora y entrenadora de psicología positiva

PORSCHE



# La sofisticación viene de serie.

EL CAYENNE BLACK EDITION.

Detalles en negro, equipamiento ampliado y el desempeño esperado de Porsche se unen en una edición especial creada para destacar desde el primer instante.



Descúbrelo.

**Porsche Center Santiago**  
Av. José Alcalde Délano 10461  
Lo Barnechea  
Teléfono: +56225447300  
[porsche@ditecautomoviles.cl](mailto:porsche@ditecautomoviles.cl)  
[dealer.porsche.com/cl/Santiago](http://dealer.porsche.com/cl/Santiago)



FREEPIK

pregunta y pasa a ser casi el psicólogo, pero nos olvidamos de que tras ella hay una sumatoria de respuestas y estadísticas que generan una conclusión... nos olvidamos de que detrás de esa máquina literalmente no hay nadie y eso afecta las interacciones y percepciones”.

A su vez, Westphal recuerda que al vincularse el ser humano lo hace a través de cinco sentidos, los cuales usamos para percibir el mundo y que utilizamos en la interacción con los demás. “Las tonalidades agregan información al mensaje, al igual que la cercanía y los olores y sabores, los que agregan información a la comunicación que no da la máquina”, recalca.

### ¿Y LO LABORAL?

Un área que no podemos dejar de lado es la laboral, puesto que muchos pasan gran par-



Pablo Westphal, psicólogo clínico de Clínica Santa María y de psicologosencasa.com.

te del tiempo en los lugares donde trabajan, siendo una instancia donde se pueden forjar relaciones importantes.

Si nos centramos en lo estrictamente laboral, Carola Yañez, psicóloga organizacional, mentora y coach, indica que las relaciones de calidad en el trabajo, independientemente de que se pue-

dan convertir en vínculos de amistad, permiten potenciar la mirada estratégica y de co-creación, tendientes al cumplimiento de objetivos organizacionales, disminuyendo con esto las horas de negociación, haciendo más fluido el proceso de toma de decisiones y optimizando el proceso de validación hacia la contraparte. “Ellos tienen un impacto profundo en los indicadores clave del negocio:

productividad, innovación, retención, etc.” Y en este ámbito también destaca los efectos positivos que tienen para la salud física y mental del trabajador. “Las relaciones sanas se convierten en factores protectores contra el estrés crónico y otras enfermedades de tipo psicosomático que afectan la psique y el cuerpo, como el burnout, la ansiedad y/o la depresión. De hecho, la psicología positiva nos señala que los vínculos de calidad impulsan el sentido de pertenencia y resiliencia, favoreciendo climas laborales positivos”.

No obstante, la experta advierte que las relaciones de calidad no son azarosas; son el resultado de un trabajo diario, consistente y consecuente, donde jefes y colaboradores deben negociar y

alimentar recíprocamente estos vínculos para que se conviertan en un activo estratégico del negocio.



Carola Yañez, psicóloga organizacional, mentora y coach.

# Autenticidad que marca el rumbo

María José Prieto, Carmen Zavala y Emilia Daiber son tres mujeres con trayectorias distintas, pero unidas por algo esencial: la coherencia entre lo que son, lo que hacen y lo que proyectan. Más que rostros, tiene historias reales, construidas desde decisiones, procesos y una conexión genuina con su estilo de vida y con GWM. En un contexto donde muchas veces prima la imagen, esta triada propone autenticidad, sentido y una manera honesta de habitar el camino.

Por Angeles Gana





María José Prieto a bordo de un Haval H6 híbrido.

## MÁS QUE EMBAJADORAS: HISTORIAS QUE CONECTAN

Desde la vereda de la marca, la mirada es clara. No se trata de números, ni de seguidores, ni de métricas vacías. Se trata de coherencia.

“Nosotros no buscamos sólo visibilidad, buscamos personas. Que lo que hagan sea genuino, que haya un match real”, nos explica Felipe Acevedo Gerente de Marketing Great Wall Motors. Y ese match —esa química difícil de forzar— es precisamente lo que hace que esta triada funcione.

Son distintas. Muy distintas.

Pero en esa diferencia está la fuerza.

### **MARÍA JOSÉ PRIETO:** VOLVER AL CENTRO PARA AVANZAR

Actriz de televisión, cine y teatro con

una gran trayectoria en la escena nacional. Debutó a fines de los 90 y se consolidó como rostro de teleseries icónicas como Machos, Gatas y Tuercas y Tentación. A lo largo de su carrera ha transitado entre distintos formatos y, en los últimos años, ha complementado su trabajo artístico con su faceta como instructora de yoga, manteniendo una conexión más integral con el bienestar.

Hay algo en la energía de María José que transmite calma. Pero no es una calma pasiva, sino una que viene después de haber atravesado procesos, decisiones y cambios profundos.

Hoy se encuentra en una etapa que ella misma describe como alineada:

“Siento que estoy en un momento muy bonito, como en paz. Después de todo lo vivido, veo la vida desde otro lugar, sin tanta ansiedad”.

Su carrera también ha seguido ese mismo

pulso. Vuelve al cine, retoma proyectos y se permite algo que para ella es esencial: viajar, sola, como una forma de reconectar. “Un viaje sola al año es fundamental. Me devuelve la capacidad de asombro, me vuelve a mi centro”.

Esa búsqueda interior también se refleja en su relación con el yoga, una práctica que dejó de ser disciplina para convertirse en lenguaje cotidiano.

“La meditación y la conciencia hoy son orgánicas. No es algo que fuerce, simplemente ocurre”.

Y en ese equilibrio entre cuerpo, mente y movimiento, aparece también su vínculo con el mundo motor:

“Me hizo sentido GWM, desde el principio. Por la seguridad, por la sustentabilidad, por cómo se proyecta hacia el futuro”.

Su relación con su auto —un híbrido— no es sólo funcional. Es coherente con su forma de vivir, consciente, simple, sin exceso.

**CARMEN ZAVALA:**  
AUTENTICIDAD SIN FILTRO

Atriz chilena de cine, teatro y televisión, reconocida por su versatilidad y presencia en producciones dramáticas contemporáneas. Ha participado en diversas teleseries y proyectos audiovisuales, destacando por una interpretación fresca y cercana que la ha posicionado como una de las figuras activas de su generación en la industria local.

Si hay una palabra que define a Carmen, es honestidad. No sólo en su trabajo como actriz, sino en cómo se relaciona con su entorno, su maternidad y sus decisiones.

Su carrera ha cambiado, sí, pero sobre todo ha evolucionado hacia un lugar más personal:

“Hoy elijo desde otro lugar. Antes estaba más enfocada en cumplir hitos, ahora tiene

que hacerme sentido”.

Esa misma lógica fue la que la llevó a este proyecto, en una conexión inesperada pero completamente natural:

“Yo veía la camioneta y decía ‘me encanta’. Siempre he sido de camioneta, entonces cuando se dio fue muy orgánico”.

No hay discurso armado. Hay experiencia real.

“No estoy mostrando algo en lo que no crea. Lo vivo todos los días, y eso la gente lo percibe”.

En su vida cotidiana, donde conviven una hija, una perrita y muchos planes, el auto no es un lujo, es una herramienta:

“Necesito seguridad, comodidad, espacio... ¡mucho espacio!”.

Pero su mayor motor no está en lo material.

“Me empodera darle un ejemplo a mi hija. Mostrarle que se puede compatibilizar todo”.

Y ahí está el punto. No se trata de perfección, sino de coherencia.

**EMILIA DAIBER:**  
EQUILIBRIO EN MOVIMIENTO

Periodista y rostro televisivo, conocida por su estilo espontáneo y cercano en pantalla. Inició su carrera en programas juveniles y rápidamente evolucionó hacia espacios de mayor visibilidad, consolidándose como conductora en televisión abierta, especialmente en formatos de entretenimiento como El discípulo del chef y Sabingo. Su perfil combina comunicación, frescura y conexión con nuevas audiencias.

Hablar con Emilia es entrar a un ritmo distinto. Uno más rápido, más espontáneo, más real. Porque su vida hoy es eso, una mezcla intensa entre maternidad, televisión y decisiones constantes.



Carmen Zavala conduce una GWM Poer en su día a día.



Emilia Daiber disfruta de la ciudad en un Tank 500.

Su mayor desafío es también el más universal:

“Compatibilizar la maternidad con el trabajo. Pero lo hago tranquila, porque sé que mis hijos están bien”.

Y en ese equilibrio —que no siempre es perfecto— ha aprendido a soltar culpas y redefinir prioridades.

“Entendí que también trabajo por ellos, y que es bonito que vean que su mamá disfruta lo que hace”.

Trabajar en un medio expuesto nunca ha sido fácil, pero Emilia lo enfrenta con una claridad envidiable:

“El cuero de chanco son mis cercanos. Me importa lo que dicen ellos, no los comentarios externos”.

Sin filtros, sin desgaste innecesario.

Su vínculo con este proyecto también tiene un tono distinto, más cercano, casi familiar.

“No me siento asociada a una marca, me siento parte de algo”.

Y ese “algo” ha evolucionado junto con su vida: “Hoy necesito un auto más amplio, más seguro. Y la experiencia se adapta a eso, de forma súper natural”.

No hay imposición. Hay escucha.

### TRES HISTORIAS, UNA MISMA DIRECCIÓN

Lo interesante de este trío no es sólo quiénes son, sino lo que representan juntas.

● **María José:** la introspección, la pausa, la conciencia.

● **Carmen:** la honestidad, la maternidad, la conexión real.

● **Emilia:** la energía, el equilibrio, la vida en movimiento.

Tres formas de ser mujer hoy. Tres formas de

habitar el éxito. Tres maneras de entender el camino.

Y en todas, un punto en común...la autenticidad.

El nuevo lujo: Ser real

En una industria —y en un mundo— donde muchas veces prima la imagen por sobre el fondo, esta historia se siente distinta.

No hay poses forzadas.

No hay discursos vacíos.

No hay perfección impostada.

Hay historias.

Hay contradicciones.

Hay verdad.

Y quizás ese sea el verdadero lujo hoy...conectar con personas que no intentan ser algo que no son.

Porque al final del día, más allá de todo, lo que queda es eso, la conexión.

Y en este caso, es completamente real.



FREPIK

# MARZO:

## mujeres, movilidad y el desafío de una industria más inclusiva

**C**ada mes de marzo, el Día Internacional de la Mujer nos invita no solo a conmemorar, sino también a reflexionar con sentido de responsabilidad sobre los avances logrados y, especialmente, sobre los desafíos que aún persisten para construir una sociedad —y una movili-

dad— más equitativa, sostenible e inclusiva.

Desde el sector automotor, esta reflexión es ineludible. Se trata de una industria que ha sido históricamente percibida como masculina, pero que en las últimas décadas ha experimentado una transformación profunda. Hoy podemos afirmar con convicción que el

cambio cultural que hemos vivido en materia de equidad de género no solo es real, sino también estratégico para el desarrollo del sector.

Hoy, las empresas automotrices que operan en Chile comprenden que integrar mujeres en sus equipos —en directorios, áreas téc-

nicas, comerciales, de marketing, postventa, motorsport y liderazgo ejecutivo— no es una concesión, sino una ventaja competitiva. La diversidad de miradas enriquece la toma de decisiones, mejora la comprensión de un consumidor cada vez más exigente y diverso, y permite diseñar soluciones de movilidad más ajustadas a las necesidades reales de las personas.

Los datos lo confirman. Si en 2011 las licencias de conducir en manos de mujeres representaban cerca del 28% del total, a mediados de esta década ya superan el 40%, reflejando un cambio estructural en los patrones de movilidad del país. Hoy, la mujer no solo es usuaria frecuente del automóvil: participa activamente en la decisión de compra, defi-



**Diego Mendoza Benavente,**  
Secretario General de la Asociación  
Nacional Automotriz de Chile A.G., ANAC.

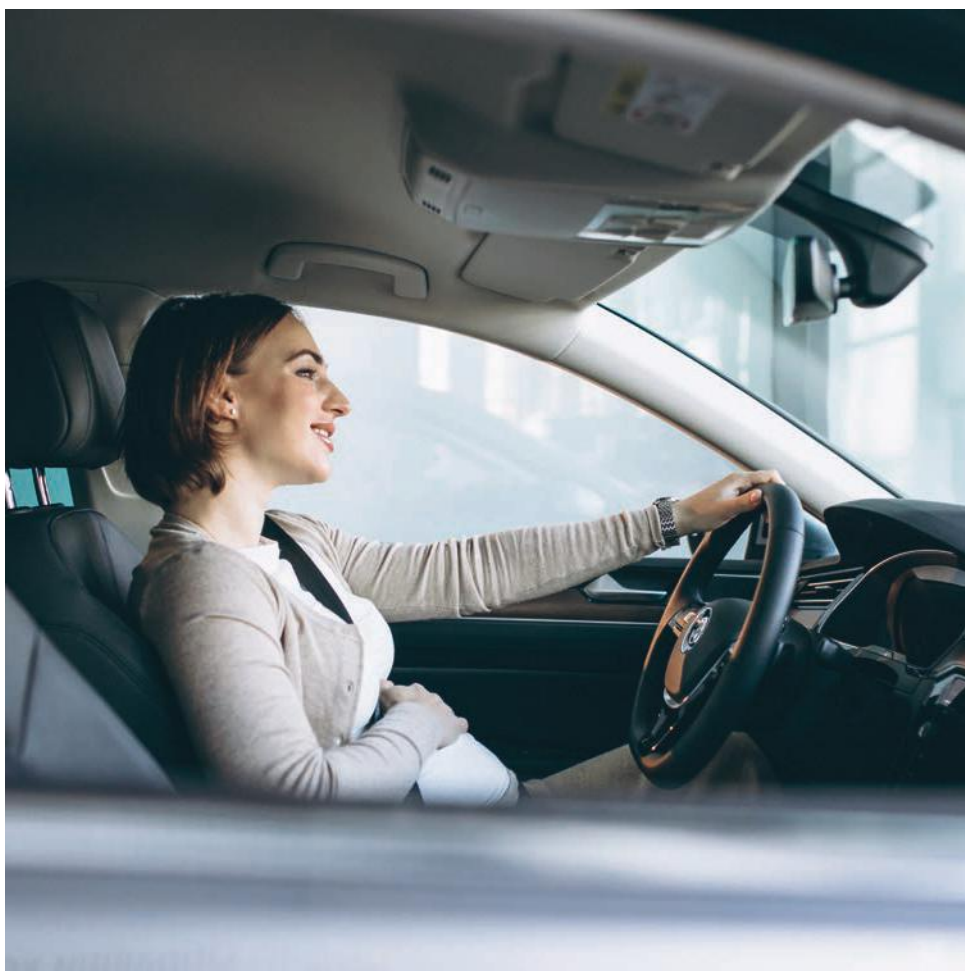
ne presupuestos, prioriza atributos como seguridad, eficiencia energética, conectividad y sostenibilidad, y es un actor central en la movilidad cotidiana de los hogares.

Este fenómeno se explica también por transformaciones sociales más amplias: mayor participación laboral femenina, aumento del poder adquisitivo, mayor autonomía económica y un empoderamiento que se traduce en decisiones informadas y exigentes. Para una industria que en Chile convive con más de 88 marcas, un mercado que se mueve en torno a las 320 mil unidades anuales y una transición tecnológica acelerada hacia vehículos más limpios y seguros, entender este nuevo perfil de consumidora es clave.

Desde la Asociación Nacional Automotriz de Chile llevamos años trabajando para que el sector sea un verdadero polo de desarrollo, alineado con los desafíos país: reducción de emisiones, mejora de la seguridad vial, incorporación de nuevas tecnologías y, por cierto, promoción de una mayor equidad. Una industria moderna no se define solo por los productos que comercializa, sino también por los valores que impulsa y por su capacidad de representar a la sociedad a la que sirve.

En este mes de la mujer, corresponde reconocer los avances logrados, pero también renovar el compromiso. Aún queda camino por recorrer para que más mujeres accedan a posiciones de liderazgo, a especialidades técnicas y a espacios de decisión estratégica. Como sector, debemos seguir generando condiciones para que ese talento se desarrolle, se visibilice y tenga impacto.

La movilidad del futuro será sostenible, segura e inclusiva. En ese desafío, el aporte de las mujeres no es accesorio: es fundamental. Marzo nos recuerda que avanzar en equidad no es solo una causa justa, sino una condición indispensable para el desarrollo de una industria automotriz más sólida y de un país con mejor calidad de vida para todos.



FREPIK

# ROOF

CASACOSTANERA

MIRAOLAS - FUKASAWA - COSENZA - CARMINE - LA SAGRADA - YMA by Cocoa

Entérate de las novedades y panoramas aquí



# GOLDEN WHEEL: el escenario donde brillaron los autos más vendidos de Chile



Hay proyectos que nacen como una idea en una conversación de café... y otros que, casi sin darte cuenta, terminan convirtiéndose en un sueño cumplido. Los Golden Wheel pertenecen definitivamente a esta segunda categoría.

Por Angeles Gana / Fotos: Andres Poehler



Parte de los ganadores.



GWM Poer P500.



Nacho Gutiérrez y Angeles Gana.



Desfile.



Angeles Gana y Paola Leyton.

**H**ace muy poco vivimos la primera edición de los Premios Golden Wheel, una noche que quedará grabada en la historia de MotorFem, Estilo Motor y, por supuesto, también en mi memoria personal. Fue una jornada llena de emoción, de industria, de amigos y de una energía maravillosa que nos confirmó que cuando las cosas se hacen con pasión, todo cobra sentido.



Mercedes-Benz GLC.



Categoría Pasajeros #1 Suzuki Baleno.



Categoría Pasajeros #2 Kia Suelto.



Categoría Pasajeros #3 Hyundai Grand i10.



Categoría Pasajeros #4 Chevrolet Sail.



Categoría Pasajeros #5 Suzuki Swift.

El escenario no podía ser mejor, el siempre acogedor y exquisito Tío Tomate, esa noche se llenó de conversación, abrazos y celebración con más de 140 invitados, entre ejecutivos de marcas automotrices, representantes de la industria, amigos, familia y colaboradores que han sido parte de este camino. Y si la noche ya prometía, la animación estuvo a la altura del momento gracias a nuestro querido Ignacio, Nacho Gutiérrez, quien —tal como lo está haciendo en televisión por estos días— simplemente la rompió. Con su cercanía, humor y enorme oficio logró darle ritmo y calidez a una ceremonia que celebró lo que más nos gusta, la pasión por los autos.



Ambiente.



Categoría SUV #2 Chevrolet Groove.



Diego Mendoza, Secretario General Anac.



Categoría SUV #1 Chery Tiggo 2.



Categoría SUV #3 GWM Haval Jolion.



Categoría SUV #4 Omoda C5.



Categoría SUV #5 Mazda CX5.



DJ Josefina Díaz.

### UN LOGRO PROFUNDAMENTE PERSONAL

Debo confesar algo: para mí, los Golden Wheel tienen un significado muy especial. Este premio representa un momento precioso de mi vida profesional, un proyecto que nace después de mucho trabajo creativo y comercial, y que pude construir junto a mi socia, amiga y cómplice en esta aventura editorial, Paola Leyton.

Durante meses imaginamos cómo crear un reconocimiento distinto dentro de la industria automotriz chilena. Queríamos un premio claro, transparente y conectado con lo que

realmente ocurre en el mercado: los modelos que lideran las ventas en sus categorías.

Así nacieron los Golden Wheel, un reconocimiento que distingue a los cinco modelos más vendidos en cada segmento, utilizando cifras oficiales del mercado. Una forma directa y honesta de reconocer a los vehículos que verdaderamente están conquistando a los consumidores.

Esta primera edición, además, cuenta con algo que nos llena de orgullo: el patrocinio de la Asociación Nacional Automotriz de Chile y el apoyo de nuestro media partner Bio-Bio Tv y Bío Bío Radio, dos instituciones clave que confiaron en este proyecto desde el primer momento.



# NUEVA CLASE S.

Welcome home.

Próximamente en Chile.



KAUFMANN

Imagen referencial. Las características y equipamiento pueden variar según disponib



140 YEARS OF  
INNOVATION

lidad y configuración de cada cliente. Para más información visite [www.kaufmann.cl](http://www.kaufmann.cl).



Categoría Camionetas #5 Maxus T60.



Categoría Camionetas #3 GWM Poer.



Categoría Camionetas #4 Ford Ranger

## LOS PROTAGONISTAS DEL MERCADO

Durante la ceremonia reconocimos a los modelos que hoy lideran el mercado automotor chileno.

En la categoría Pasajeros, el primer lugar fue para el Suzuki Baleno, seguido por el Kia Solturo, el Hyundai Grand i10, el Chevrolet Sail y el siempre querido Suzuki Swift.

En SUV, el liderazgo fue para el Chery Tiggo 2, seguido por el Chevrolet Groove, el GWM Haval Jolion, el Omoda C5 y el Mazda CX-5.

En el competitivo segmento de Camionetas, el primer lugar fue para la histórica Toyota Hilux, seguida por la Mitsubishi L200, la GWM Poer, la Ford Ranger y la Maxus T60.

En Vehículos Comerciales, el liderazgo fue para el Peugeot Partner, seguido por el Citroën Berlingo, el Hyundai Porter, el Kia Frontier y el Ford Transit.

La electrificación también tuvo su espacio. En Electrificados no Enchufables, el primer lugar fue para el Suzuki Fronx, seguido por el Suzuki Swift, el Toyota Corolla Cross, el Suzuki Grand Vitara y el Toyota Yaris Cross.

En Electrificados Enchufables, una categoría que refleja el avance de la electromovilidad, el primer lugar fue para el Volvo EX30, seguido por el Tesla Model Y, el Changan CS55 Plus iDD, el Tesla Model 3 y el BYD Shark.

Finalmente, en Alta Gama, distinguimos a tres grandes íconos del lujo automotriz: BMW X6,



Categoría Camionetas #2 Mitsubishi L200.



Categoría Camionetas #1 Toyota Hilux.



Ganadora Categoría Espíritu Motorfem, Francisca Ojeda y equipo Stellantis.



Ganadora Categoría Espíritu Motorfem, María Paz Díaz y equipo Kia.



Categoría Comerciales #5  
Ford Transit.



Categoría Comerciales #2 Citroën Berlingo.



Categoría Comerciales #3 Hyundai Porter.



Categoría Comerciales #1 Peugeot Partner.



Categoría Comerciales #4 Kia Frontier.

Mercedes-Benz GLE y el legendario Land Rover Defender.

### EL PREMIO QUE TIENE ALMA

Pero si hubo un momento que realmente tocó fibras en la noche fue la entrega del Premio Espíritu MotorFem.

Porque detrás de cada estrategia, cada lanzamiento y cada cifra de ventas, hay personas. Profesionales que trabajan con pasión, dedicación y una enorme convicción por hacer crecer esta industria.

El Espíritu MotorFem nace justamente para reconocer eso, el lado humano del



Todas las nominadas por marca a la Categoría Espíritu MotorFem.



Categoría Alta Gama #3 Land Rover Defender.



Categoría Electrificados No Enchufados #4 Suzuki Grand Vitara Hybrid.



Categoría Alta Gama #1 BMW X6.



Categoría Electrificados No Enchufados #5 Toyota Yaris Cross.



Categoría Alta Gama #2 Mercedes-Benz GLE.

mundo automotor.

En esta categoría ocurrió algo poco habitual, pero completamente justo...un empate. Y no cualquiera. Porque cuando el talento, la trayectoria y el aporte a la industria automotriz alcanzan un nivel tan alto, elegir a una sola persona simplemente no hace sentido. Por eso, este reconocimiento es compartido por dos mujeres que están dejando huella desde sus respectivas veredas, María Paz Díaz, Encargada de Canales Digitales en Kia, y Francisca Ojeda, Head of Marketing Chile & Importers South America Stellantis. Ambas han construido carreras sólidas, han impulsado cambios relevantes y han sido protagonistas de una industria que evolucio-

na a gran velocidad. Este empate no divide el premio, lo eleva. Porque cuando se trata de reconocer el impacto real, hay veces en que simplemente hay espacio para más de una ganadora. Este reconocimiento celebra a mujeres que no sólo forman parte de la industria automotriz en Chile, sino que también la transforman con su talento y determinación. Cada una de ellas fue nominada por su propia compañía, un gesto que en sí mismo ya representa un orgullo y un reconocimiento a su trabajo y trayectoria. María Paz y Francisca son profesionales con años de experiencia que destacan por su liderazgo, su capacidad de innovar y su compromiso con hacer crecer este mundo motor. Todas



Categoría Electrificados Enchufados #3 Changan CS55 Plus IDD.



Categoría Electrificados No Enchufados #1 Suzuki Fronx Hybrid y #2 Suzuki Swift Hybrid.



Categoría Electrificados No Enchufados #3 Toyota Corolla Cross.



Premiados Grupo Kaufmann.



Categoría Electrificados Enchufados #1 Volvo EX30.



Desfile.

las nominadas son mujeres que inspiran, abren caminos y encarnan el espíritu de MotorFem, pasión, profesionalismo, resiliencia y el poder de impulsar una industria cada vez más diver-

sa. Especialmente ellas quienes fueron las ganadoras entre las 15 nominadas. Fue uno de esos aplausos largos, sentidos, de los que llenan el corazón.

### PRIVATE RUNWAY

Durante el intermedio de la ceremonia, contamos con un desfile de modas a cargo de Leticia Faviani, consultora de Modas y Negocios y Directora de Andes Fashion Week. Las creaciones fueron de Daniela Bozza, diseñadora chilena que dirige y diseña para esta marca homónima a su nombre desde hace 20 años. Su trabajo nace desde una mirada que no sigue tendencias, sino que seafirma en lo cotidiano. Actualmente es una marca que se internacionaliza abriendo caminos en un nuevo país dentro de la región.



Ambiente.



Magdalena Sibilla, Subgerente de Marketing Suzuki y los premios de la marca.



DJ Josefina Díaz.



Suzuki Fronx Hybrid.

## LA PRIMERA DE MUCHAS...

Cuando miraba el lugar lleno, las marcas celebrando, los equipos sacando fotos y el ambiente de camaradería que se respiraba, pensé algo muy simple, esto recién comienza.

Los Golden Wheel nacieron para quedarse. Queremos que se transformen en un referente dentro de la industria, en un punto de encuentro anual donde celebremos juntos el movimiento del mercado automotor chileno.

Pero, sobre todo, quiero agradecer. A las marcas que creyeron en este proyecto, a los equipos que trabajaron para hacerlo posible, a nuestros partners, a quienes llegaron esa noche a celebrar con nosotros... y muy especialmente a mi socia Pao, porque construir algo así juntas ha sido simplemente maravilloso.



Celebración Golden Wheel.

Si esta fue la primera edición, sólo puedo imaginar lo que vendrá después. Porque cuando un proyecto nace con pa-

sión, con amistad y con amor por lo que hacemos... lo único que puede hacer es seguir creciendo.

# Hyundai GRAND i10.

Premiado en los Golden Wheel 2026  
por su liderazgo en ventas.



El Hyundai Grand i10 HB es reconocido en los Golden Wheel 2026 dentro de la categoría Vehículos de Pasajeros, destacando como uno de los modelos más vendidos del país.





# Destinator: el nuevo capítulo de Mitsubishi se escribe sobre ruedas

Como una evolución lógica dentro de una marca que ha hecho del camino parte de su identidad, con capacidad para siete pasajeros y un diseño inspirado en el ADN aventurero, llega Destinator a Chile, un SUV que busca conquistar a las familias chilenas, con foco en comodidad, seguridad y confiabilidad.

Por Equipo Estilo Motor

## HERENCIA QUE SE PROYECTA

Hablar de Mitsubishi Motors en Chile es remitirse a un legado construido sobre innovación japonesa, confiabilidad mecánica y una conexión natural con el mundo off-road. Una historia que mezcla resiliencia, espíritu aventurero y adaptación a la geografía extrema del país.

La marca japonesa, fundada en 1970 como división automotriz del conglomerado Mitsubishi Group, comenzó a ganar presencia en Chile hacia fines de los años 70 y principios de los 80, en un momento en que el mercado local se abría a marcas internacionales. Sus primeros modelos destacaron por algo clave para el chileno: confiabilidad en terrenos difíciles. Chile, con su diversidad de paisajes —desde el desierto más árido del mundo hasta la Patagonia— fue terreno fértil para el ADN de la marca. Modelos como la Mitsubishi L200 se transformaron rápidamente en protagonistas, especialmente en sectores como la minería, la agricultura y la vida outdoor. Su fama: contar con modelos resistentes, simples y confiables.

## LA ERA DEL 4X4 Y EL DAKAR

Durante los 90 y 2000, la marca consolidó su imagen aventurera gracias a íconos como el Mitsubishi Montero, vehículo que no sólo dominó caminos locales, sino también competencias extremas como el Rally Dakar, donde Mitsubishi consiguió múltiples victorias. Ese prestigio deportivo se trasladó directamente al consumidor chileno, que vio en la marca una aliada para enfrentar cualquier terreno.

Con el paso de los años, Mitsubishi se posicionó como una marca transversal, con modelos como el icónico Lancer hasta SUVs familiares.





La llegada de modelos como el Outlander y su evolución hacia versiones híbridas enchufables marcaron un giro hacia la eficiencia sin perder su esencia ruda.

## DESTINATOR: TRADICIÓN QUE EVOLUCIONA

Conscientes del comportamiento del mercado nacional, donde más del 50% de las ventas

de los vehículos de pasajeros se las llevan los SUV, Mitsubishi apuesta por el Destinator en Chile, su nuevo SUV familiar para siete pasajeros.

El modelo mediano de tres filas cuenta con grandes atributos para conquistar a las familias chilenas tales como confiabilidad, espacio, seguridad y el respaldo de la marca.

El nombre Destinator proviene del concepto japonés “avanzar seguro”, se fabrica en In-

donesia y llega con una propuesta muy competitiva gracias a su nivel de equipamiento y atractivo precio de entrada.

El modelo incorpora un diseño que mantiene los rasgos característicos de la marca, como una silueta cuadriforme inspirada en el icónico Montero, en unión con elementos más actuales, faros delanteros en disposición horizontal y ventanas de gran tamaño. Entre sus principales atributos exteriores destacan la parrilla frontal definida por la filosofía Dynamic Shield y un despeje al suelo de 214 mm, lo que lo sitúa entre los SUV más altos dentro de su categoría en el mercado local, ideal para las escapadas familiares de fin de semana.

En la misma línea, si bien el nuevo Destinator no tiene tracción AWD, sí cuenta en sus versiones GLX y GLS con seis modos de conducción: Normal, Lluvia, Gravilla/Ripio, Asfalto, Barro y un sistema con tecnología Active Yaw Control (AYC), que mejora la estabilidad en curvas mediante el control de frenado en las ruedas.

Bajo el capó, el Mitsubishi Destinator equipa un motor turbo de 1.5 litros que entrega 161 Hp y 250 Nm de torque, asociado a una transmisión automática CVT y tracción delantera. Se trata de un conjunto pensado para un manejo suave y eficiente en el día a día, con una respuesta más ágil gracias a ajustes que mejoran la entrega de potencia. En consumo, registra cifras de 10,2 km/l en ciudad, 15,1 km/l en carretera y un promedio mixto de 12,8 km/l, alineándose con un uso familiar y cotidiano.





### INTERIOR BIEN EQUIPADO Y GRAN NIVEL DE EQUIPAMIENTO

En el interior, el Destinator está configurado con tres corridas de asientos y capacidad para siete pasajeros, donde gracias a su distancia entre ejes de 2.850 mm, el habitáculo dispone de un gran espacio, haciendo que el SUV sea muy cómodo, incluso en los asientos de la tercera fila.

En términos de equipamiento, incluye una pantalla de hasta 12,3 pulgadas compatible con Apple CarPlay y Android Auto inalámbrico, puertos USB en todas las plazas —además de cargador inalámbrico en algunas versiones—, techo panorámico y una capacidad de maletero de hasta 673 litros. En materia de seguridad, todas las versiones incorporan seis airbags. Las versiones intermedia y superior suman asistencias a

la conducción como alerta de tráfico cruzado trasero, monitoreo de punto ciego, asistente de cambio de carril, mitigación de colisión frontal, control de crucero adaptativo, cámara en 360° y sensor de lluvia. El Mitsubishi Destinator llega con precios desde los \$19.990.000 y en cinco opciones de color: blanco diamante, plata metálico, gris grafito, rojo diamante y azul metálico.

# Marzo, el arte de volver con estilo urbano



Marzo en Chile no llega... IRRUMPE. De un día para otro pasamos del sonido del mar al despertador a las 6:30. Del traje de baño al uniforme escolar. De la carretera despejada al taco eterno en la Costanera. Y, sin embargo, hay algo magnético en este regreso. Una energía que ordena, que empuja, que nos recuerda que estamos vivos y en movimiento.

Por Angeles Gana

Hyundai Grand i10.

**V**olver a la ciudad después de las vacaciones es casi un ritual. Guardamos las toallas de playa todavía con ese maravilloso olor a

verano, desempolvamos mochilas, revisamos calendarios. Los niños parten el año escolar con esa mezcla adorable entre nervios y entusiasmo; los universitarios estrenan cuadernos y sueños nuevos; y los adultos retomamos reuniones, proyectos y metas que esperan desde febrero.

La ciudad, intensa, vibrante y demandante, vuelve a latir fuerte. En Santiago eso significa una coreografía perfectamente caótica, bocinas, semáforos, ciclistas, peatones apurados y agendas que no dan tregua.

Pero marzo también es una invitación. A hacerlo distinto. A elegir mejor cómo nos movemos en esta nueva temporada.

### EL RENACER URBANO... EN FORMATO COMPACTO

En medio de este regreso colectivo, hay protagonistas silenciosos que hacen que la rutina sea más amable...los City cars. Pequeños por fuera, gigantes en actitud. Autos pensados



BYD Dolphin Mini.

para la vida real, esa que empieza temprano y termina tarde.

En Chile, el abanico es amplio y cada modelo tiene su propia personalidad.

El práctico Suzuki Alto, fiel compañero de quienes buscan eficiencia pura y bajo consumo.

El siempre vigente Kia Morning, urbano, versátil y perfecto para estacionarse donde otros simplemente no caben.

El equilibrado Hyundai Grand i10, con espacio inteligente y tecnología justa para el día a día. El funcional Renault Kwid, con look aventurero en tamaño compacto.

Y si hablamos de nuevas energías, marzo también puede ser el mes para dar el salto eléctrico. El encantador Changan Lumin se mueve en silencio, ideal para trayectos urbanos. El juvenil Chevrolet Spark, que por años ha sido sinónimo de primer auto y libertad. Que hoy en su versión EV, combina diseño completamente renovado y cero emisiones. Y el moderno BYD Dolphin Mini trae una propuesta fresca, tecnológica y sustentable para quienes quieren comenzar el año con conciencia ambiental.

Porque marzo no sólo marca el regreso. También puede marcar un cambio.

### INSPIRACIÓN EUROPEA: DONDE EL CITY CAR ES CULTURA

Si cruzamos el océano, el concepto de City car tiene casi status cultural. En calles estrechas y ciudades históricas, el compacto no es ten-



Chevrolet Spark EUV.



Changan Lumin.



Suzuki Alto.

dencia, es necesidad elegante.

Ahí están los clásicos como el Fiat 500, ícono italiano que convirtió lo pequeño en sinónimo de estilo. O el sofisticado MINI Cooper, nacido en el Reino Unido, juguetón y urbano por naturaleza.

En París, Roma o Madrid, estos autos se deslizan entre callejones, plazas y cafés centenarios con una naturalidad envidiable. Compactos por fuera, pero con carácter desbordante. Igual que marzo.

Esa filosofía europea, practicidad con diseño, eficiencia con personalidad, hoy se siente cada vez más presente en Chile. El City car dejó de ser “el auto chico” para convertirse en una elección inteligente, consciente y moderna.

## MARZO NO ES CAOS, ES RITMO

Sí, los tacos vuelven. Sí, el tráfico se intensifica. Pero también vuelve la conversación camino al colegio. La playlist mañanera rumbo a la oficina. El café que se toma en el auto antes de una reunión importante. El trayecto deja de ser una molestia cuando el vehículo acompaña. Un City car permite moverse con agilidad, gastar menos combustible, encontrar estacionamiento sin dar veinte vueltas. Es eficiencia pura en medio del vértigo urbano. Y cuando el día está lleno de tareas, esa simpleza se agradece.

Marzo es organización, pero también es ilusión. Es retomar hábitos saludables, planificar



Renault Kwid E-Tech.

viajes futuros, proponerse metas laborales, académicas y personales. Es volver a entrenar la paciencia en el tráfico... y la constancia en los proyectos.

La ciudad no va a detenerse. Pero nosotros sí podemos elegir cómo recorrerla.

Tal vez la clave no está en evitar la intensidad de marzo, sino en abrazarla. Entender que esta energía colectiva es el verdadero inicio del año.

Que el ruido urbano también tiene su música. Que el movimiento es señal de vida.

Y en ese escenario vibrante, el City car se transforma en cómplice. En ese pequeño gran

aliado que nos recuerda que no se trata sólo de llegar, sino de cómo llegamos.

Con menos estrés.

Con más estilo.

Con eficiencia.

Con conciencia.

Porque volver a la ciudad no es renunciar al verano. Es traer esa luz con nosotros y convertirla en impulso.

Marzo no es el fin de las vacaciones, es el comienzo del ritmo. Y si vamos a movernos, que sea con inteligencia, actitud... y un buen compañero urbano al volante.

# TERRANOBLE



NOBLE BY NATURE

Conocemos la nobleza  
de nuestros valles

En alianza con Estilo Motor, te damos un 20%  
de descuento exclusivo en [miterranoble.cl](https://miterranoble.cl),  
usando el código: **ESTILO20**



[TERRANOBLE.CL](https://TERRANOBLE.CL)

[@TERRANOBLEWINES](https://@TERRANOBLEWINES)



CERTIFIED  
[sustainable.cl](https://sustainable.cl)  
WINE & SPIRITS

WINE IN MODERATION

# MONZA: Peregrinaje al corazón del templo de la velocidad

Cruzar las puertas del Parco di Monza no es simplemente entrar a un recinto deportivo; es una transición hacia la historia. Ningún lugar vibra con la misma frecuencia que este rincón de Lombardía. Aquí, el aire pesa más, cargado de historia, de triunfos heroicos y, por supuesto, del rojo ensordecedor de los Tifosi.

Por Enzo Yacometti



**B**ienvenidos al Autódromo Nazionale Monza, el tercer circuito permanente más antiguo del mundo y, sin duda, uno de los más rápidos.

La historia de Monza comenzó en 1922, cuando fue construido en apenas 110 días con el objetivo de darle a Italia un circuito capaz de rivalizar con Indianápolis y Brooklands. Desde entonces, ha sido el hogar casi ininterrum-

pido del Gran Premio de Italia de Fórmula 1. Lo que hace único a Monza es su dualidad. Por un lado, el trazado moderno, con rectas interminables interrumpidas por violentas frenadas. Por otro, las viejas curvas peraltadas —el Sopraelevata—, ese anillo de hormigón que hoy descansa entre los árboles y recuerda una época en la que los pilotos eran auténticos gladiadores que desafiaban la gravedad a más de 250 km/h.

## HITOS QUE FORJARON LA LEYENDA

1971: el final más ajustado de la historia. Peter Gethin ganó por apenas 0,01 segundos, en una carrera donde los cinco primeros cruzaron la meta separados por solo 0,6 segundos.

1988: el milagro de Ferrari. Semanas después de la muerte de Enzo Ferrari, McLaren dominaba la temporada. Sin embargo, un incidente de Ayrton Senna permitió un histórico doblete de Gerhard Berger y Michele Alboreto para la Scuderia.

También quedó en la memoria “Monzanápolis”, el experimento que enfrentó entre 1957 y 1958 a los potentes bólidos de Indianápolis con los autos europeos en el peligroso peralte de Monza. El dominio estadounidense fue total, demostrando la fuerza bruta de los autos diseñados para los óvalos.

## EL TRIBUTO MÁS OSCURO

La velocidad extrema de Monza también ha tenido un precio. El llamado “Templo de la Velocidad” guarda la memoria de varios de los grandes talentos del automovilismo.

En 1955, Alberto Ascari perdió la vida tras perder el control de un Ferrari en una curva que hoy lleva su nombre.

En 1961, Wolfgang von Trips falleció en un trágico accidente que también costó la vida a 15 espectadores.

En 1970, Jochen Rindt murió durante las prácticas en la Parabólica, convirtiéndose en el único campeón póstumo de la Fórmula 1.

Y en 1978, Ronnie Peterson perdió la vida tras un accidente múltiple en la salida del Gran Premio.

Estas tragedias impulsaron importantes avances en seguridad que transformaron el circuito y el deporte.

## MONZA EN CIFRAS

Monza es sinónimo de velocidad pura. Aquí se viene a volar bajo.

La vuelta más rápida en este circuito la estableció Max Verstappen en 2025, con una media de 264,682 km/h.

Michael Schumacher y Lewis Hamilton comparten el récord de victorias con cinco triunfos, mientras que Ferrari es el equipo más ganador con 19 victorias.

Pero Monza no se entiende sin su gente. La invasión de pista tras la bandera a cuadros es uno de los rituales más impresionantes del automovilismo.

Y cuando gana Ferrari, el suelo parece temblar. No es una metáfora: es el sonido de miles de tifosi cantando el Fratelli d'Italia en el corazón del Templo de la Velocidad.

## TIPS PARA EL VIAJERO

Para que tu peregrinaje al Autódromo Nazionale Monza sea digno de un jefe de equipo y no de un novato en su primera vuelta, aquí tienes la "hoja de ruta". Porque, créeme, el Parco di Monza es un laberinto verde de 688 hectáreas casi 10 veces nuestro Parque O'Higgins.

Monza está a unos 20 km al norte de Milán, y durante el fin de semana del Gran Premio (generalmente la primera semana de septiembre), el tráfico es una pesadilla de color rojo Ferrari. El Tren es tu mejor aliado: Sal desde Milano Centrale o Milano Porta Garibaldi hacia la estación de Monza FS. El trayecto dura apenas 15-20 minutos.

## ¿DÓNDE VER LA ACCIÓN? ESTRATEGIA DE GRADAS

Si no tienes el presupuesto para el Paddock Club, elegir bien tu asiento es vital:

Tribuna 1 (Rettifilo): El mejor lugar para ver adelantamientos al límite y el caos de la primera vuelta. Es cara, pero la adrenalina está garantizada.

Variante Ascari (Tribunas 8 a 10): Mi favorita personal. Ves cómo los coches cambian de dirección a una velocidad absurda. Es puro arte aerodinámico.



Curva Alboreto (Parabólica): Ideal para ver la aceleración final hacia la meta.

Prato (General Admission): Es la opción económica. Si eliges esta, llega a las 7:00 AM para conseguir un espacio cerca de las vallas, especialmente en la recta entre Ascari y la Parabólica.

El Secreto Mejor Guardado es el Antiguo Peraltado, no puedes irte de Monza sin tocar el hormigón sagrado del Sopraelevata. Durante los días que no hay carrera, puedes caminar

libremente por partes del antiguo óvalo. Durante el GP, el acceso está más restringido, pero suele haber puntos de paso cerca de la zona de Camping y la Curva Sud.

**Tip de fotógrafo:** Subir al peraltado te da una perspectiva real de la inclinación (38 grados). Es el lugar perfecto para esa foto que resume la historia del circuito.

**Museo y Tienda:** El museo del circuito es pequeño pero potente, con autos históricos. La tienda oficial es el lugar para arruinarte comprando merchandising, pero ojo, los precios suben un 20% el domingo.

Si prefieres la calma, Monza abre sus puertas casi todo el año. Puedes alquilar una bicicleta y recorrer el trazado (por los viales de servicio) o incluso pagar por un Track Day para rodar con tu propio coche. Es mucho más barato, romántico y te permite apreciar la arquitectura racionalista del circuito sin 150.000 personas empujándote.

Visitar Monza es una experiencia sensorial completa: el aroma a risotto con azafrán en las villas cercanas, el sonido ensordecedor de los motores rebotando en los árboles del parque y la sensación de estar en un lugar donde el pasado y el futuro colisionan en cada frenada. Es, en esencia, la última catedral de la velocidad que queda en pie.

Enzo Yacometti es comentarista de motorsport en el programa radial Ceda el Paso.

# Cuando las mujeres se reúnen, la industria avanza

Hay algo especial que ocurre cuando un grupo de mujeres del mundo automotriz se sienta en la misma mesa. Las conversaciones fluyen con naturalidad, aparecen ideas, se comparten experiencias y se empieza a dar vida a una industria distinta. Una más abierta, más diversa y, por qué no decirlo, también más entretenida. Fue lo que recientemente se vivió en ANAC, en una jornada inédita que reunió a cerca de 20 mujeres líderes del mundo motor para conversar, debatir y también divertirse.

Por Equipo Estilo Motor / Fotos: Andrés Péndola



**D**urante muchos años el rubro automotor fue visto como un espacio eminentemente masculino. Y no era solo una percepción: históricamente, menos del 25% de la fuerza laboral de la industria automotriz a nivel global ha estado compuesta por mujeres. Sin embargo, esa realidad está cambiando cada vez con mayor fuerza, con más mujeres abriéndose paso en el mundo motor.

Hoy son muchas más las mujeres que participan activamente en esta industria: liderando áreas de marketing, comunicaciones, estrategia comercial, experiencia de cliente o desarrollo de negocios dentro de distintas marcas presentes en Chile. También están en áreas técnicas, en innovación, en electromovilidad y en nuevos modelos de negocio que están transformando la forma en que entendemos la movilidad.

El cambio no es menor. Hoy las mujeres no solo participan dentro de las compañías; también se han convertido en protagonistas del mercado. Diversos estudios internacionales señalan que influyen entre el 70% y el 80% de las decisiones de compra a nivel mundial, y que toman la decisión final de las adquisiciones de autos nuevos en cerca del 42%, consolidando un rol cada vez más determinante en la industria.

Al mismo tiempo, la presencia femenina en cargos de liderazgo dentro de las empresas también ha ido creciendo. En Chile, aproximadamente un 25% de las posiciones ejecutivas de primera línea son ocupadas por mujeres. Aun así, siguen siendo pocas las marcas que apuestan por una mujer en el cargo principal. Por ejemplo, algunas excepciones que podemos mencionar son Irene Gálvez, gerente de negocios en Hyundai; Natalia Isla, gerente general de Mitsubishi; Paula Sepúlveda, gerente corporativa de negocios Gildemeister o Tamara Berríos, Country Manager BYD Chile. Puede parecer una cifra modesta, pero en comparación con lo que ocurría hace una o dos décadas, es una señal clara de que la industria comienza a transformarse.

## UNA REUNIÓN INÉDITA

Más allá de las cifras, algo que comienza a



hacerse cada vez más visible en la industria automotriz es el surgimiento de nuevas redes de colaboración y espacios de encuentro entre mujeres que trabajan en el sector, que es precisamente lo que ocurrió hace poco, en una reunión desarrollada en las oficinas de la Asociación Nacional Automotriz de Chile organizada por Estilo Motor y Motorfem, programa automotriz con foco en la participación femenina que se transmite por Biobío TV.

La invitación fue a mujeres líderes de la industria automotriz a vivir una jornada de conversación y reflexión sobre el rol de la mujer, donde se encontraron con una breve presentación por parte de Diego Mendoza, Secretario General de ANAC y las directoras de Motorfem y Estilo Motor, Angeles Gana y Paola Leyton.

Lo que ocurrió después no se lo esperaban las

asistentes y sin duda marcó el inicio de un impulso transformador, de un diálogo próspero y de un deseo de querer hacer cosas conjuntas para impulsar la participación femenina en esta dinámica industria.

La actividad de team building conocida internacionalmente como Marshmallow Challenge, fue la excusa perfecta para que mujeres de diferentes marcas, todas con importantes cargos dentro de sus compañías, realizaran un ejercicio utilizado en procesos de innovación y liderazgo para fomentar la creatividad y el trabajo en equipo.

Divididas en grupos de cuatro personas, las ejecutivas debían construir la torre más alta posible utilizando únicamente 20 tallarines, un marshmallow, un metro de cinta adhesiva y un metro de hilo, todo dentro de un plazo



de 20 minutos.

Más allá de lo lúdico, el ejercicio permitió observar cómo se organizaban rápidamente equipos entre mujeres que, en muchos casos, trabajan en compañías que compiten entre sí dentro del mercado.

## COLABORACIÓN MÁS ALLÁ DE LA COMPETENCIA

Para Diego Mendoza, el valor de este tipo de encuentros radica precisamente en la posibilidad de generar vínculos más allá de la competencia que caracteriza al mercado automotor.

“Creo que esta instancia permitió que muchas ejecutivas se conocieran y trabajaran juntas en algo que no sea siempre competitivo, que es lo que vivimos todos los días: el mejor lanzamiento, el mejor modelo. También es importante poder hacer un trabajo en conjunto en pos del desarrollo del sector”, señaló.

Para Isabel Hrepich, Brand Communication Manager de Chevrolet at General Motors la dinámica dejó en evidencia la importancia de la

organización y el trabajo colectivo.

“Se notó que lo importante era organizarnos rápido y trabajar juntas. En nuestro equipo logramos coordinarnos muy rápido y eso fue clave para avanzar.”

Respecto a su visión para atraer al talento femenino sostuvo que “para fomentar la participación de más mujeres en esta industria también es importante derribar el mito de que el mundo automotor es algo masculino. En realidad, es un sector tremendamente dinámico, que está creciendo y avanzando muy rápido, con oportunidades en áreas tan diversas como sustentabilidad, ingeniería, finanzas o desarrollo tecnológico. No se trata solo de manejar autos o de que te gusten los autos, sino de un espacio donde se puede desarrollar muchísimo talento profesional. Por eso la invitación es a que más mujeres se animen a ser parte de esta industria, que es realmente apasionante”.

Paula Sepúlveda, Gerente Corporativo de Negocios Gildemeister, destacó precisamente el valor de estas instancias.

“Acá dejamos de lado las marcas y no fuimos

competencia. Al contrario, nos unimos para compartir con otras mujeres tremendamente potentes de la industria. Este tipo de encuentros permite conocernos y descubrir que compartimos muchos desafíos similares”.

Y añadió “creo que lo más relevante es que todas las mujeres que estamos en esta industria asumamos también el rol de promotoras. Tenemos que mostrarles a las nuevas generaciones —tanto a jóvenes profesionales como a quienes vienen del mundo técnico o administrativo— lo atractiva y dinámica que puede ser esta industria, y lo positivo que resulta desarrollarse laboralmente en el sector automotor”.

Una mirada similar comparte Claudia Ortiz, OnStar Sales & Marketing GM, quien subrayó que las oportunidades de encuentro entre mujeres del sector todavía son escasas. “En general, las mujeres de la industria nos vemos poco. Competimos más de lo que colaboramos, así que poder encontrarnos y trabajar juntas también resulta muy enriquecedor”.

Incluso dentro de la dinámica de trabajo, algu-



nas participantes destacaron cómo el desafío permitió poner en práctica habilidades de liderazgo, escucha y coordinación en tiempo récord. Nicole Ávila, Marketing & PR Manager Porsche, cuyo equipo logró levantar la torre más alta, ganando el desafío, destacó el valor del trabajo colaborativo.

“Nos organizamos rápido, nos escuchamos mucho entre nosotras y eso fue clave. Pero creo que lo realmente importante es invitar a más mujeres a sumarse a esta industria. Hoy el sector está evolucionando, está cambiando y abriendo nuevas miradas, lo que también permite la aparición de más liderazgos femeninos. Es un mundo muy enriquecedor, no solo desde el producto, sino también desde la experiencia de trabajar en equipo y en la relación con los clientes”.



## UNA INSTANCIA QUE LLEGÓ PARA QUEDARSE

El encuentro fue valorado por las asistentes como una experiencia inédita dentro del sector, no solo por la posibilidad de compartir entre mujeres de distintas marcas, sino también por generar un espacio de diálogo que rara vez ocurre en un mercado altamente competitivo. La jornada dejó abierta la puerta para repetir este tipo de instancias y seguir fortaleciendo redes de colaboración dentro de la industria automotriz.

Quien se mostró muy optimista con la reunión fue Angeles Gana, directora de Motorfem y Estilo Motor “el resultado fueron risas, estrategias

improvisadas, liderazgo espontáneo y mucha colaboración. Durante la dinámica algunas torres se inclinaron un poquito, ninguna colapsó y todas lograron mantenerse en pie con sorprendente dignidad. Pero más allá del resultado, la actividad logró exactamente lo que buscábamos: generar conversación, romper el hielo y recordarnos que la creatividad y el trabajo en equipo son tan importantes en una dinámica lúdica como en el día a día”.

En la misma línea, Paola Leytón, una de las organizadoras de este desafío, “más que una reunión formal, quisimos generar un espacio de conversación, conexión y colaboración entre mujeres que, desde distintas veredas, están empujando esta industria automotriz

hacia adelante y estamos muy contentas con los resultados”.

Sin duda el encuentro permitió abrir una conversación más amplia sobre el crecimiento que ha tenido la participación femenina dentro del sector automotor y sobre los desafíos que aún persisten. Al respecto se dieron algunas luces de cómo avanzar, principalmente trabajando en la atracción de talento femenino y en visibilizar los logros que muchas mujeres realizan en sus compañías.

El primer paso ya está dado y el llamado es a la Asociación Nacional Automotriz de Chile a seguir generando instancias colaborativas para escuchar la voz femenina que tanto tiene que aportar.

# FÓRMULA 1 2026: las claves para entender la nueva era del campeonato



Gran Premio de Australia 2026.

Con el cambio de reglamento más extremo que se ha visto en más de 10 años, la F1 enfrenta una nueva era donde la potencia eléctrica y la eficiencia energética toman la delantera. Encuentra en este texto lo que necesitas saber para enfrentarte a la nueva era de la máxima categoría.

Por Diana González

**L**a temporada 2026 de la Fórmula 1 no es simplemente un nuevo calendario: es el inicio de una transformación profunda del campeonato. Nuevas reglas técnicas, nuevos fabricantes, un equipo debutante y una generación de pilotos que comienza a tomar protagonismo están redefiniendo el orden de la parrilla.

Para quienes siguen la categoría desde hace años, el cambio recuerda a otros grandes reinicios (como la era híbrida de 2014). Para quienes se acercan por primera vez, 2026 es una oportunidad ideal para entender cómo evoluciona la tecnología, la política y el talento dentro del campeonato.

Estas son las claves para entender qué está pasando realmente en esta nueva temporada.

### UNA REVOLUCIÓN TÉCNICA: AUTOS MÁS PEQUEÑOS Y MOTORES MÁS ELÉCTRICOS

El mayor cambio de 2026 está en la base técnica del campeonato. La FIA impulsó una de las reformas reglamentarias más profundas de la historia reciente de la Fórmula 1.

La nueva generación de autos es más compacta y ligera, con el objetivo de mejorar la agilidad y facilitar las batallas en pista. Pero el verdadero salto está en la unidad de potencia.

Los motores mantienen el V6 turbo de 1.6 litros introducido en 2014, pero ahora el equilibrio energético cambia radicalmente: alrededor del 50% de la potencia proviene del sistema eléctrico, un aumento que supone el triple de poder con respecto a la generación anterior.

Este cambio tiene varias consecuencias: mayor dependencia de la gestión energética durante la carrera, más regeneración de energía en frenadas y fases de levantamiento del acelerador (con ello, nuevos términos como “clipping”, “harvesting”, referidos a la ganancia o pérdida de energía) y nuevas estrategias de despliegue eléctrico.

Además, desaparece el sistema MGU-H (uno de los elementos más complejos y costosos de la era híbrida) y se introducen aerodinámi-



Lando Norris y Max Verstappen.

ca activa, es decir, alerones delantero y trasero móviles, y modos de adelantamiento que reemplazan al antiguo DRS.

En otras palabras, los pilotos ahora compiten no solo con velocidad, sino también con inteligencia energética.

### 5 PROVEEDORES DE MOTORIZACIONES

La temporada 2026 cuenta con cinco proveedores de motores, incluyendo nuevos actores en el campeonato.

Entre los movimientos más relevantes:

Audi debuta oficialmente como constructor en Fórmula 1, incluyendo una unidad de potencia propia, con la que ha obtenido puntos, de mano del brasileño Gabriel Bortoletto, en el primer GP del año.

Ford regresa al campeonato, tras más de dos décadas fuera. Esta vez asociado a Red Bull Racing.

Honda es proveedor oficial de Aston Martin F1 Team, alianza que no ha tenido un buen inicio de temporada (lo detallaremos más adelante).

Mercedes y Ferrari siguen siendo pilares del

ecosistema técnico. Mientras el fabricante alemán provee a Mercedes, McLaren, Williams y Alpine, la italiana lo hace a Ferrari, Cadillac y Hass.

### CADILLAC: EL UNDÉCIMO EQUIPO QUE CAMBIA LA PARRILLA

Otra gran novedad es la llegada del equipo estadounidense Cadillac F1 Team, que eleva la parrilla a once escuderías.

La entrada de Cadillac (respaldada por General Motors y con el reconocido Mario Andretti como embajador) refleja el creciente interés de la industria automotriz y del mercado norteamericano por la Fórmula 1, el que ha experimentado un aumento en audiencia superior al 135% en los últimos 5 años.

Su presencia también tiene implicancias deportivas: más autos en pista, más oportunidades para pilotos y un ecosistema competitivo más amplio.

### AUDI: UN DEBUT HISTÓRICO CON AMBICIÓN TECNOLÓGICA

La temporada 2026 también marca la llega-



da oficial de Audi a la Fórmula 1. Aunque la estructura deportiva tiene su origen en el equipo Sauber F1 Team (que compitió en los últimos años bajo la marca Stake F1 Team) el proyecto actual representa un salto mucho más profundo: Audi debuta como constructor integral, desarrollando su propia unidad de potencia.

El fabricante alemán creó para ello una división específica, Audi Formula Racing GmbH, encargada de diseñar y producir el nuevo motor híbrido bajo las regulaciones técnicas introducidas en 2026. El proyecto combina el desarrollo del chasis en la histórica fábrica de Hinwil, en Suiza, con el programa de motores en Neuburg an der Donau, Alemania.

Para Audi, la Fórmula 1 representa tanto un desafío deportivo como una vitrina tecnológica. El reglamento de 2026, que prioriza combustibles sostenibles y electrificación, encaja con la estrategia de la marca en materia de movilidad y electrificación, lo que explica su decisión de entrar en la categoría como fa-

bricante completo y no solo como proveedor de motores.

#### EL ÚNICO ROOKIE DE LA PARRILLA: ARVID LINDBLAD

A diferencia de 2025, donde tuvimos seis rookies, la temporada 2026 tiene un solo debutante en la parrilla: Arvid Lindblad.

El piloto británico-sueco, de 18 años, forma parte del programa de jóvenes talentos de Red Bull y fue promovido desde la Fórmula 2 (donde terminó sexto en 2025), para competir con Racing Bulls.

En 2021 fue incorporado a la academia de Red Bull, una cantera que ha producido pilotos como Max Verstappen o Sebastian Vettel.

Su debut en el Gran Premio de Australia 2026 fue uno de los momentos destacados del inicio del campeonato: clasificó en Q3, terminó octavo en su primera carrera y se convirtió en el tercer piloto más joven en puntuar en la historia de la Fórmula 1.

Durante la carrera protagonizó además un intenso duelo con Max Verstappen, defendiéndose con agresividad en pista. Para un piloto que acaba de cumplir la mayoría de edad, es un inicio que ya lo coloca entre los talentos a seguir.

#### LA POLÉMICA: ENERGÍA, SEGURIDAD Y LAS PRIMERAS CRÍTICAS

El nuevo sistema energético ha abierto un intenso debate dentro del paddock. Uno de los críticos más duros ha sido Max Verstappen, quien incluso comparó la experiencia de conducir con “un videojuego tipo Mario Kart”, debido a la complejidad de la gestión energética.

El neerlandés ha señalado que el nuevo enfoque es “anti-racing”, porque obliga a los pilotos a levantar el pie del acelerador y administrar la batería en lugar de atacar constantemente.

El campeón vigente, Lando Norris, también

expresó preocupación por las diferencias de velocidad generadas por los modos eléctricos de adelantamiento. De acuerdo a lo dicho por el inglés al medio The Guardian, el sistema podría generar diferencias de hasta 50 km/h, algo que calificó como “caos” y potencialmente peligroso.

Por su parte pilotos como George Russell, ganador del Gran Premio de Australia, han señalado: “Creo que es un paso adelante y siempre me gusta dar una oportunidad a las cosas, el reglamento necesita tiempo para madurar”. Desde la dirección del campeonato, el CEO de Fórmula 1 Stefano Domenicali también pidió paciencia, señalando que criticar el reglamento después de una sola carrera es prematuro. De todos modos e incluso antes del inicio del campeonato, la FIA había dado a entender que se tomarían al menos algunas carreras para evaluar la situación y, si fuera necesario, intervenir con medidas correctivas del reglamento.

Así, después de la cita de Shanghai (posterior a la edición de este artículo) está prevista una reunión entre todos los equipos y la FIA, de modo de definir un plan y eventualmente, elaborar correcciones del reglamento y delimitar en qué plazos deben hacerse efectivos. Cabe recordar que los equipos tendrán un mes completo sin competencias en abril, debido a la cancelación de los GP de Bahrein y Arabia Saudita, ello con motivo del conflicto bélico que se desarrolla en Oriente Medio.

### ASTON MARTIN: AMBICIÓN, NEWHEY Y UN INICIO TURBULENTO

Uno de los proyectos más observados del nuevo ciclo técnico es el de Aston Martin F1 Team. El equipo propiedad de Lawrence Stroll inició 2026 con enormes expectativas: una alianza oficial con Honda y la llegada del legendario diseñador Adrian Newey para liderar el desarrollo técnico.

Sin embargo, el arranque de temporada ha estado marcado por dificultades mucho más profundas de lo previsto. El nuevo AMR26 llegó con retraso a los test de pretemporada y, desde entonces, el equipo ha enfrentado serios problemas de fiabilidad vinculados a la unidad de potencia Honda y, en particular, a fuertes

### CÓMO HA COMENZADO EL CAMPEONATO

Tras la primera fecha en Melbourne, los cinco primeros del campeonato son:

1. George Russell – Mercedes (25 puntos)
2. Kimi Antonelli – Mercedes (18)
3. Charles Leclerc – Ferrari (15)
4. Lewis Hamilton – Ferrari (12)
5. Lando Norris – McLaren (10)

Mercedes también lidera el campeonato de constructores tras esa primera carrera, algo que no ocurría desde 2021.



La temporada 2026 tiene un solo debutante en la parrilla: Arvid Lindblad.

vibraciones generadas por el sistema híbrido. Newey explicó que estas vibraciones no solo afectan el rendimiento y algunos componentes del monoplaza, sino que también se transmiten al volante, generando un problema físico para los pilotos.

El origen del problema parece estar en cómo las vibraciones de la unidad de potencia se transmiten al chasis de fibra de carbono, una estructura extremadamente rígida que

amplifica ese efecto. Además del impacto en los pilotos, estas oscilaciones también han provocado fallos de fiabilidad en distintos elementos del coche y en el sistema energético híbrido.

Desde el lado japonés, el presidente de Honda Racing Corporation, Koji Watanabe, reconoció que el fabricante está trabajando en soluciones para reducir el fenómeno, aunque evitó fijar un plazo concreto para resolverlo por completo. El objetivo inmediato es recopilar más datos durante las primeras carreras para mejorar la gestión energética y la fiabilidad del conjunto.

En este contexto, el inicio del campeonato ha sido más un proceso de aprendizaje que una verdadera evaluación competitiva. El propio Alonso ha reconocido que el proyecto necesita más kilometraje y desarrollo antes de mostrar su verdadero potencial, mientras el equipo trabaja en actualizaciones progresivas que podrían empezar a reflejarse en las próximas citas del calendario, específicamente en Japón.

### QUÉ ESPERAR DEL RESTO DE LA TEMPORADA

Con apenas una carrera disputada, el campeonato recién empieza a mostrar sus cartas. Pero algunas tendencias ya se insinúan: Mercedes parece haber interpretado muy bien el nuevo reglamento (aunque debe enfrentarse a una nueva evaluación de su sistema de compresión en junio, el cual ha sido cuestionado por el resto de las escuderías). Ferrari mantiene un buen ritmo, sin problemas de fiabilidad e incorpora algunas mejoras tecnológicas que los hacen muy rápidos en las salidas y curvas lentas, Red Bull enfrenta el desafío de adaptarse a su nueva era técnica con Ford, Aston Martin apuesta a evolucionar durante el año, mientras el actual campeón Lando Norris empieza a aparecer, pero siempre detrás de los Mercedes que prometen no dar tregua en un polémico campeonato. Como tantas veces en la historia de la Fórmula 1, los cambios reglamentarios abren un período de incertidumbre, ya que inauguran una nueva narrativa, de la cual apenas estamos viendo el primer capítulo.

Diana González es directora de Paddock Media.

# MODA

*en movimiento*



**Fotografía y dirección de arte:** Brenda Sepúlveda / **Dirección de vestuario:** Leticia Faviani / **Diseño:** Daniela Bozza / **Modelo:** Rosario Allende "Mamá Chasquilla" / **Maquillaje y peinado:** Andrea Peña / **Auto:** Chevrolet Tahoe



## La versatilidad de Chevrolet Tahoe

**E**n esta nueva edición de Moda en Movimiento, el cruce entre estilo, actitud y versatilidad volvió a tomar protagonismo. Esta vez, el escenario fue un entorno residencial, donde lo cotidiano se transformó en una pasarela inesperada, con la Chevrolet Tahoe como gran protagonista: un SUV que combina presencia, comodidad y una capacidad única de adaptarse a cualquier ritmo de vida.

Al volante de esta historia estuvo Rosario Allende, diseñadora y crea-

dora de contenidos para su plataforma Mamá Chasquilla, quien dejó por un momento el taladro para subirse a los tacos, demostrando que el estilo también es una forma de moverse entre distintos mundos. Entre calles tranquilas, luz natural y una estética cercana, se construyó una narrativa donde moda y funcionalidad conviven sin esfuerzo. Porque, así como ella se reinventa según la ocasión, la Tahoe responde con carácter, espacio y actitud, acompañando cada momento con la misma seguridad y estilo









## Daniela Bozza: elegancia cotidiana en clave contemporánea

**E**n un escenario donde la industria automotriz celebra innovación, diseño y liderazgo, la moda encontró su propio espacio con la propuesta de Daniela Bozza. Con más de dos décadas de trayectoria, presentó en la primera edición de los Premios Golden Wheel una cápsula que dialoga con la mujer contemporánea: activa, multifacética y en constante movimiento.

Fiel a una mirada que no sigue tendencias, sino que se construye desde lo cotidiano, Bozza dio vida a una colección donde la elegancia nace de la autenticidad. Su estética atemporal, conectada con la esencia femenina, se tradujo en looks que equilibran estructura, fluidez y una cuidada simpleza.

La pasarela —concebida como un private runway— desplegó una narrativa coherente. Desde el inicio, destacó una paleta de tonos sobrios y otoñales, con conjuntos que combinan practicidad y presencia. Aquí, el diseño no solo viste, sino que acompaña a mujeres que lideran y buscan proyectar seguridad sin renunciar al estilo.

Durante el desfile aparecieron vestidos de líneas limpias que reinterpretan la moda ejecu-

Con una propuesta que cruza sofisticación, funcionalidad y carácter, Daniela Bozza presentó una cápsula exclusiva en los Premios Golden Wheel, reafirmando que el diseño —ya sea en moda o en autos— es una poderosa forma de expresar identidad.

Por Equipo Estilo Motor



tiva, blusas estampadas que aportan identidad y propuestas que transitan con naturalidad entre lo corporativo y lo social. Transparencias, volúmenes y textiles nobles evidenciaron un trabajo donde cada detalle suma sin exceso. Uno de los momentos más atractivos de la pasarela fue la incorporación de piezas más luminosas, pensadas para el paso del día a la noche. Así, la colección reafirma su carácter versátil: prendas que se adaptan y evolucionan según la ocasión.

El cierre sintetizó el espíritu de la cápsula con looks que van de lo minimalista a lo formal, incluyendo maxi chaquetas, vestidos lenceros y un sólido total black. Una propuesta que confirma que, tanto en la moda como en la industria automotriz, el diseño es una herramienta clave para comunicar identidad, innovación y carácter.

ASTARA  
CHILE



*Maserati*



Elegancia italiana, estilo incomparable  
#EverydayExceptional

+56 2 2583 0992  
Av. José Alcalde Delano 10.389, Lo Barnechea, Santiago.



más info en  
[www.Maseratichile.cl](http://www.Maseratichile.cl)

# VOGE 800 DS Rally

Con una propuesta pensada para el viaje y la aventura, la Voge 800 DS Rally combina buen equipamiento, una sólida base mecánica y aptitudes tanto para la carretera como para el off road.

Por Omar Oyarce Stecher / **Fotos:** Brenda Sepúlveda / **Agradecimientos:** Hacienda Los Trapenses



**C**hina está desafiando con fuerza el segmento Adventure. Marcas como CFMoto, Kove y Voge están haciendo mucho ruido con productos desarrollados en los últimos cinco años. Vale recordar que, hasta no hace mucho, hablar de “moto china” era sinónimo de motos de baja cilindrada, generalmente orientadas al trabajo.

Sin embargo, el salto ha sido rápido. Primero llegaron modelos de 400 y 600 cc, y ahora incluso propuestas cercanas a los 1.000 cc, como la última CFMoto MTX, que deriva directamente de su equivalente de KTM y se fabrica en la misma planta en China.

Con Kove y Voge ocurre algo similar. Ambas utilizan motores fabricados por Loncin, la misma compañía que produce propulsores para BMW en una gran variedad de modelos entre 400 y 900 cc, presentes en toda la gama “F” y otros modelos de la marca alemana.

Voge, de hecho, es una marca del propio grupo Loncin, lo que le permite no solo acceder a estos motores, sino también a cierto intercambio tecnológico con BMW.

La historia comienza en 2018, cuando Loncin Holding crea Voge con el objetivo de posicionarla como la marca premium del grupo, apostando por tecnología moderna y precios competitivos. En esa línea, la 900 DS, lanzada en 2024, fue el modelo que realmente puso a la marca en el mapa dentro del mundo adventure.

En esta ocasión, el review se centra en la 800 DS Rally, una moto algo menos potente, más liviana y también más económica. Nace para competir con referentes como la KTM 790, la Yamaha 700 y su coterránea CFMoto 800 MTX, aunque luce algo más corpulenta debido a su estanque de 24 litros.

La moto destaca por su diseño logrado y un buen nivel de terminaciones. La báscula marca 237 kilos en orden de marcha, es decir, con todos sus fluidos. No es la más liviana del segmento, pero tampoco la más pesada. Al tomar posición de manejo, queda claro que uno de sus puntos fuertes es la ergonomía. El triángulo de conducción —asiento, manillar y pedales— está muy bien resuelto, permitiendo una postura cómoda tanto en carretera como en maniobras off road.



Hay espacio suficiente para levantarse, desplazarse sobre el asiento, maniobrar con libertad los brazos o conducir de pie cuando el terreno lo exige.

Este tipo de motos Adventure debe rendir bien tanto en carretera como en caminos de ripio, e incluso enfrentar subidas de cerros o dunas si el piloto tiene la experiencia necesaria. En ese contexto, la DS cumple.

Incluso el pequeño parabrisas, muy al estilo de la Yamaha T7 y regulable mediante tornillos, logra cumplir su función, aunque a alta velocidad aparecen algunas turbulencias. En

carretera la moto se siente sólida y aplomada, incluso a gran velocidad. El motor trabaja con pocas vibraciones y a un régimen de RPM no muy alto, lo que permite mantener cruceros altos con una autonomía promedio entre 370 y 400 kilómetros.

En ruta se percibe firme. Las suspensiones Kayaba, con recorridos de 18 cm atrás y 20 cm adelante, sumadas a la rueda delantera aro 21 con neumáticos Pirelli Scorpion Rally, permiten rodar con confianza en caminos de tierra o en mal estado. También ayudan el amortiguador de dirección regulable y

los frenos Nissin, que destacan por su buen tacto: potentes y dosificables.

El bicilíndrico entrega 95 HP y 81 Nm, acompañado de un sonido ronco y agradable. La entrega de potencia es muy lineal y progresiva, aunque se echa de menos una mayor “patada” en la parte alta del cuentavueeltas. La moto es potente y rápida, pero no destaca precisamente por su carácter explosivo.

Aquí aparece uno de los puntos que opacan su buen comportamiento dinámico. El control de tracción resulta extremadamente intrusivo. Ante el más mínimo indicio de pérdida de tracción, el sistema corta la entrega de potencia y la moto literalmente “se chupa”. Esto ocurre incluso en pavimento, alargando tiempos de adelantamiento o alterando trayectorias. Un lomo de toro, un pequeño resalto o algo de humedad bastan para activarlo.

En tierra, simplemente no hay alternativa: hay que desconectarlo.

Lo mismo ocurre con el ABS, que también entra en acción con demasiada rapidez y puede alargar las frenadas. Parte del problema es que la moto no cuenta con IMU (sensor inercial), sistema que coordina ABS, control de tracción y entrega de potencia según la inclinación. Por eso el ABS tampoco funciona de manera óptima en curvas y el control de tracción puede sentirse errático.

La moto ofrece solo dos modos de conducción: Normal y Sport, algo escaso para un modelo con vocación off road. Se echa de



menos un modo Off Road. Afortunadamente, el acceso a los controles es simple e intuitivo, permitiendo desconectar manualmente el control de tracción y elegir si se desactiva el ABS en ambos ejes o solo en el trasero. De esta forma, la moto queda liberada de la intrusión electrónica, aunque exige a cambio un piloto capaz de gestionar su potencia con seguridad.

La operación del embrague hidráulico es liviana y dosificable, la caja no cuenta con “Quick Shift”, una asistencia que no es es-

trictamente necesaria, pero que ya es estándar en otros modelos con los que compite.

En equipamiento, en cambio, viene muy completa: pantalla con buena visibilidad, conectividad para teléfono y navegación con sistema propio, puños y asiento calefaccionados, caballete central, medidor de presión para neumáticos, defensas, enchufes, espejos plegables y neblineros.

Eso sí, los señalizadores no se apagan automáticamente ni cuenta con control crucero. Curiosamente, en cambio, incorpora una cá-





mara delantera que graba la ruta en loops de cinco minutos en una memoria extraíble. La oferta de productos chinos en general, incluyendo motos, está influyendo en la mecánica de decisión y análisis de compra, haciendo pensar a muchos compradores si vale la pena pagar “el logo”, favoreciendo el ingreso de nuevas marcas cuando la demanda las percibe similares o sustitutos más baratos. Si bien es cierto la 800 DS Rally destaca por su buen desempeño en el área del comporta-

miento dinámico y equipamiento de viaje, su electrónica está atrasada y no le permite brillar en su totalidad ni mostrar su real potencial. Sin embargo, al ritmo vertiginoso que responde China, no es de extrañar que estos “issues” se vayan puliendo rápidamente ya que no son estructurales, sino más bien de actualización, puesta a punto y calibración. El futuro es claro: las marcas emergentes

avanzan a pasos agigantados, con equipamiento abundante y precios muy competitivos, tal como ocurrió en su momento con Japón y Corea. Ahora queda ver cómo responderán estas motos con el paso de los años y los kilómetros. Solo el tiempo lo dirá. Omar Oyarce, conocido como “Doctor 4x4” es también panelista de Ceda El Paso Radio (omar@aventura4x4.cl)

# COPPA DELLE ALPI

## Clásicos de alta montaña

Cada año los más hermosos ejemplares de distintas épocas se reúnen, con el objetivo de luchar contra las condiciones climáticas, en una travesía que los lleva por casi 1.000 km a través de Los Alpes.

Por Leonardo Pacheco / Fotos: Prensa Mille Miglia



La Coppa delle Alpi en su versión original comenzó a disputarse en 1932, como una extenuante carrera de velocidad que cubría más de 4.000 km, pasando por Francia, Italia, Alemania, Suiza y Austria.

En la década de los 50 su formato fue modificado, para transformarla en una competencia que calzara con el reglamento del Campeonato Europeo de Rally, con etapas cronometradas y una distancia más abordable.

En los años 60 comenzaron los problemas, ya que la Coppa delle Alpi se vio obligada a modificar aún más su recorrido, debido a las diferencias de opinión de sus organizadores, a tal punto que fue excluida del calendario internacional.



En sus tiempos dorados, afamados pilotos figuraban en la lista de inscritos, entre ellos Mike Hawthorn y Stirling Moss, y sus organizadores ofrecían trofeos especiales a quienes obtenían el triunfo en tres ocasiones consecutivas, la Coupe d'Or, y a quienes obtenían el mismo número de victorias, pero no consecutivos... la Coupe d'Argent.

Para retomar la mística y la gloria de este evento europeo, la misma organización responsable de la Mille Miglia creó una prueba de regularidad clásica, una competencia contra el cronómetro y los elementos climáticos, que va desde Italia, pasando por Suiza y llegando hasta Austria.



En 1971 se realizó la última edición de este Rally, en su formato original por supuesto, porque la pérdida de auspiciadores, la deserción de equipos oficiales y la falta de interés del público, terminaron por sacar a esta competencia definitivamente del calendario europeo.



En la edición de 2025 la Coppa delle Alpi cubrió una distancia de 900 km, divididos en etapas, pero dentro de la hoja de ruta también se debían cumplir al pie de la letra 94 etapas en modalidad contrarreloj y 8 etapas cronometradas de media distancia, sorteando de paso las duras condiciones climáticas de Los Alpes.

En la lista de inscritos se permiten ejemplares fabricados desde 1900, y el número de binomios es acotado, a un máximo de 60 automóviles, debido a las especiales condiciones que deben enfrentar los competidores... principalmente en los pasos de montaña; la logística y seguridad de este Rally son temáticas que se toman muy en serio.





Cada año quienes participan en la Coppa delle Alpi no solo pueden convertirse en los ganadores de este trofeo, sino que además pueden adjudicarse uno de los cupos garantizados para estar en la lista de inscritos de la Mille Miglia. En la edición de 2026 se otorgarán 8 cupos libres.

Los automóviles inscritos no pueden haber sido fabricados más allá del año 2000, según el reglamento, pero aún así cada ejemplar postulante debe someterse a una completa revisión técnica, realizada por un grupo de expertos en la materia.

La Coppa delle Alpi 2026 se llevó a cabo entre el 12 y 15 de marzo, un poco antes de cerrarse la presente edición de esta revista. El trazado abarcó 645 km, con 90 pruebas cronometradas, 8 pruebas especiales de corta distancia, 10 controles de horario y 4 controles de timbraje para la hoja de ruta.

# ¿DÓNDE VIAJAR?

## TAILANDIA, ¡Simplemente deslumbrante!



La nación del sudeste asiático sorprende. La amabilidad de su gente, unida a sus impactantes templos budistas, su famosa cocina y naturaleza desbordante, lo convierten en un gran destino que es visitado por millones de turistas año tras año.

**Por** Rebeca Ubilla M, desde Tailandia.

**D**esde hace un tiempo, Tailandia se ha transformado en uno de los destinos turísticos más visitados del mundo. Y basta aterrizar en Bangkok, su capital, para entender las razones. La amabilidad de sus habitantes junto a la belleza de sus paisajes, unida a la majestuosidad de sus templos, la hacen un lugar inigualable.

Llegamos a la ciudad –ubicada en el delta del río Chao Phraya– después de un largo viaje que incluyó escalas en Sao Paulo, Qatar y una pasada por Hong Kong. Pese a estar en invierno, el calor húmedo nos impacta al igual que la amable sonrisa y la tradicional venia con las manos unidas de sus habitantes.

De inmediato llama nuestra atención la gran fe que profesa su población, mayoritariamente budista, ya que en cada esquina es posible encontrar altares con la figura de Buda, donde la gente se detiene a orar. Y si hablamos de religiosidad una de las maravillas de Tailandia viene de la mano de sus templos y es por ellos donde partimos nuestro recorrido. Llegamos a uno de los más grandes y antiguos de Bangkok: Wat Pho, conocido por la gran figura de 46 m de largo y 15 m de alto del Buda acostado. La imagen, representa a Buda alcanzando el nirvana y destaca por sus pies incrustados con nácar y sus 108 símbolos auspiciosos. Alrededor de él hay 108 cuencos de bronce donde los visitantes lanzan monedas para la buena fortuna y la prosperidad. De esta manera, el lugar es considerado la cuna del mensaje tradicional tailandés.

Pero como si lo visto no fuera poco, accedimos a dar un paseo por los canales del río Chao Phraya, donde nos subimos a pintorescos botes (tail boats) que por cerca de una hora nos llevan a las zonas más autóctonas. Acá nos acercamos a la Tailandia más tradicional y accedemos a casas de lugareños, cocinerías y mercados flotantes. Y es desde ahí, donde volvemos a ver una nueva y gran figura de Buda, que lo preside todo.

## RECORRIDO REAL

Pero Tailandia –que resalta como un país con altos niveles de seguridad– también



destaca por la gran veneración que hace a su monarquía, muestra de ello es que dada la reciente muerte de la reina madre, Sirikit (24 de octubre 2025), su hijo, el actual Rey, Maha Vajiralongkorn, dispuso un año de luto y hoy su fotografía está emplazada por toda la ciudad, recordando a una monarca que fue destacada por su labor caritativa y elegancia, siendo una figura influyente en la política y sociedad tailandesa durante décadas.

Para acercarnos más a estos reyes llegamos al Gran Palacio Real, el cual fue

construido en 1782 cuando se estableció Bangkok como nueva capital del reino. El lugar impacta por su gran extensión, su arquitectura típica tailandesa y sus grandes construcciones doradas, la mayoría de plata cubiertas con pan de oro. En el lugar se pueden visitar distintos pabellones, la biblioteca y la figura del Buda Esmeralda, situado en el Templo Wat Phra Kaew, el cual es muy venerado por los tailandeses. También está el palacio Chakri (mezcla de estilo occidental y tailandés) en él se encuentra el salón del trono, salones de recepción y

alberga las urnas con cenizas de reyes fallecidos, entre otros.

## SABORES Y AROMAS

Si hay algo que caracteriza a Tailandia es su cocina y por supuesto su capital no queda ajena a ello. En cada esquina es posible degustar el famoso Pad Thai junto a otros platos típicos que se ofrecen tanto en bellos restaurantes como en cocinas callejeras, que abundan en todas las calles.

Y si hablamos de alimentos, otro conocido panorama es visitar el mercado flotante, que se sitúa a unos 100 km de la capital tailandesa, donde distintos locatarios venden desde enseres hasta souvenirs. Como dato, te contamos que una réplica del mencionado lugar es posible ver en el lujoso mall Siam Paragon, el cual en su subterráneo posee una ambientación del tradicional mercado tailandés, con lindos puestos de artesanía y cocina típica. En el mismo centro comercial podrás apreciar un espectacular juego de luces que al atardecer iluminará el skyline del lugar.

Otro recomendado es llegar a Samut Songkhram –ubicado a unos 70 km de Bangkok– donde pasará el famoso tren (que tiene horas establecidas) que obliga a todos los comerciantes de un mercado a levantar sus puestos para dejar que por un muy angosto camino pase la máquina.

## PLAYAS Y DESCANSO

Pero sin duda Tailandia también conquista por sus playas. Por esto viajamos a la conocida Phuket, –situada en el mar de Andamán frente a la costa suroeste del país– que nos recibe con un clima cálido, aguas calmas y arena blanca.

La isla es la más grande de Tailandia y ofrece playas al alcance de la mano y habilitadas, a las cuales podrás acceder de forma gratuita. Alrededor de ellas también encontrarás restaurantes y hoteles para todos los gustos y bolsillos, pero también existen lindos resorts con acceso exclusivo a la playa. Y es que la isla se ha transformado en un destino muy concurrido que recibe a cerca



de 10 millones de turistas al año.

Visitamos una de las playas más populares y centro turístico de Phuket, Patong, la que posee 3,5 kilómetros de arena blanca y mar tibio. A ella llegan muchos turistas y en sus aguas se posan los cruceros que acceden a la isla. Aquí, además de descansar, es posible realizar actividades deportivas como parapente, en la que lugareños –sin ninguna seguridad y de forma muy desafiante– vuelan por los cielos con quienes buscan elevarse. Su borde costero ofrece una oferta gastronómica y de entretenimiento amplia y variada; sin embargo, si no te gustan los tumultos no es tu lugar, ya que las calles están simplemente desbordadas de gente. Asimismo, la vida nocturna no es recomendada para familias con niños menores.

Una experiencia distinta tuvimos al llegar al archipiélago de Phi Phi, el cual es uno de esos lugares donde hay que estar una vez en la vida. Accedemos en una lancha rápida desde el puerto de Patong (1 hora aproximada de viaje) y nuestra primera parada es en Maya Bay, la icónica bahía de aguas turquesas y acantilados de piedra caliza, la cual tuvo un cierre prolongado para la regeneración del coral y que fue el escenario de la película “La Playa”, protagonizada por Leonardo DiCaprio. Al llegar entendemos su cara de asombro al acceder a este paisaje natural.

En la zona también accedemos a Pileh Bay y desde ahí nos lanzamos a sus aguas a hacer snorkel y ver la linda fauna marina del lugar. Cerca de aquí también es posible ver distintos monos en estado natural escalando las montañas.

Luego, llegamos a Phi Phi Don –la isla principal y única habitada permanentemente– que nos recibe con otra bella playa. El lugar también está habilitado para los turistas, con varios restaurantes, hoteles y comercio. Finalmente, nuestro recorrido sigue a Rang Yai Island con otra playa simplemente perfecta, acá no vive gente y cuando el sol es intenso el mejor panorama al salir del agua es acostarse bajo los árboles de esta magnífica isla.

De esta manera, Tailandia con su cultura, religiosidad, amabilidad y naturaleza desbordante sabemos que no te defraudará.

# ¿QUÉ COMER?

Por Rebeca Ubilla M.

## VIÑA CASA SILVA

### Una experiencia completa: cocina chilena gourmet con premiados vinos

Se acaba el verano, pero no por ello los buenos panoramas y uno de ellos es Casa Silva, la viña que está ubicada a solo 1 hora y media de Santiago en pleno valle de Colchagua en la región de O'Higgins.

Propiedad de la familia Silva, que desde 1997 se dedica a la producción de vinos finos embotellados, el lugar se ha transformado en un panorama completo, el que por cierto incluye buena gastronomía. Si tu idea es pasar el día, te invitamos a reservar uno de los tours guiados en los cuales podrás visitar las centenarias bodegas, los viñedos y la colección de 13 autos antiguos que posee el propietario de la viña, Mario Silva, dentro de los cuales destaca un Ford A de 1929.

Luego la invitación es a continuar con un rico aperitivo, para lo cual puedes tomar las bicicletas que dispone el lugar e instalarte en la parte que más te acomode del campo. Para ello puedes probar su premiado espumante Fervor del Lago Ranco, el cual fue galardonado como el mejor espumante en la Guía Mesa de Cata 2026 de la CAV.

Ya con el apetito abierto es hora de disfrutar de la carta del Restaurante Club House Casa Silva, el cual ofrece una carta de comida chilena con un toque gourmet. Según nos cuentan, es una propuesta que está muy influenciada por el territorio, las tradiciones de Colchagua y la familia Silva, la cual participó en el diseño del menú. Un dato: este incluye lengua, un plato que Mario Silva comía en la casa de su madre los domingos.

Nos sentamos con vista a la cancha de polo a probar una oferta gastronómica amplia y va-



riada. Así, dentro de las entradas destacan las empanadas de charqui, las bolitas de prieta en queso azul panko, la mencionada lengua de ternera y el ceviche de atún, además del original queso fresco de campo al horno, entre otros. Para los fondos -que son de un tamaño bastante generoso- la selección también es amplia. Acá destacan el asado de tira estofado al carménère con puré rústico, el atún encostrado con frutos secos con polenta y salsa de naranja, la costilla de cordero francesa con guiso de mote y zapallo dulce. De la parrilla, la entraña nos parece un imperdible, llegó jugosa y en su punto. Para los que prefieren los pescados, acá se puede encontrar salmón o atún a la parrilla. La cuota dulce la ponen los postres: las opciones pasan por cheesecake de crème brûlée, cuatro leches con manjar casero y churros con manjar, entre otros.

Como es de esperar, todo se puede acompa-



ñar de la amplia variedad de vinos de esta reconocida viña, donde resalta el carménère Microterroir.

Pero si tu idea es aprovechar la zona, Casa Silva también cuenta con un cuidado hotel boutique de sólo 7 habitaciones, en lo que era la casa familiar, el cual tiene más de 100 años de antigüedad. Un lugar ideal para descansar y disfrutar.

[restaurant@casasilva.cl](mailto:restaurant@casasilva.cl)  
/ [tours@casasilva.cl](mailto:tours@casasilva.cl)

# ¿QUÉ VER?

Por Rebeca Ubilla M.

## Is All Her Fault

Esta miniserie de 8 capítulos te mantendrá todo el tiempo atrapado. La historia comienza cuando una madre va a retirar a su hijo a la casa del compañero de clases donde supuestamente ha ido a pasar una tarde de juegos. Su sorpresa es que cuando llega al lugar le abre la puerta una anciana que nada tenía que ver con la casa del supuesto menor. De la confusión al terror por la posibilidad de perder a un hijo, hay un paso y eso trasciende la pantalla. Así, la madre junto al padre, comienzan una frenética búsqueda por entender qué pasó y encontrar a su hijo, quien a los minutos se sabe que fue retirado por la niñera de un compañero de clase, pero la historia se volverá más compleja, puesto que irá destapando conflictos y traumas familiares. En Prime Video



## Homo Argentinum

La película se estrenó en 2025 en el cine y llegó al streaming. El protagonista es el destacado actor argentino Guillermo Francella, protagonista de 16 sátiras argentinas. En ellas lo veremos como gran empresario, vendedor de dólares, cineasta, padre de familia, un viudo mayor y tanto más. Las historias reflejan vicios y virtudes sociales como el oportunismo, la doble moral, la pasión por el fútbol, el consumismo y el humor ante el caos, generando reflexión sobre las tensiones y contradicciones del argentino común, desde una perspectiva a menudo incómoda y polémica. En Disney+

## Mis Derechos

La película nos traslada a la India de 1970, cuando una joven, Shazia Bano, se casa con un encantador hombre bajo todas las tradiciones de su religión. Pronto construyen su hogar y tienen hijos. El problema se presenta cuando tras un viaje de trabajo el marido llega con una segunda esposa, la cual se instala en la casa. Cansada y tras descubrir que ellos estaban enamorados de antes, la protagonista se va con sus hijos a vivir con sus padres, luego de lo cual no recibe apoyo del hombre para la mantención de los tres menores en común. La mujer dará una larga batalla legal por el derecho a mantención de las mujeres musulmanas que incluirá extensas disputas y análisis de los preceptos religiosos del Corán. En Netflix



# ¿QUÉ LEER?

Por Rebeca Ubilla M.

## En el corazón de la noche

“Nada tengo, nada dejo, nada pido. Desnuda como nací me voy tan ignorante de lo que en el mundo había”, las palabras son de la destacada poeta chilena Teresa Wilms Montt, la cual tuvo una corta y atormentada vida. Y es esa experiencia la que decide tomar el escritor, abogado y magister en Literatura Comparada, Paulo Adriazola Brandt, en su libro “En el corazón de la noche”, una biografía novelada de la poeta.

La historia parte cuando Teresa es encerrada en un convento, luego de haber sido descubierta teniendo un amorío con el primo de su marido, siendo también despojada de sus hijas. Sin embargo, poco durará en el lugar ya que -según describe el relato- con la ayuda del poeta Vicente Huidobro logra escapar a



Buenos Aires, iniciando su periplo por varias ciudades del mundo, las cuales también serán el escenario donde desarrollará su escritura y comenzará a resaltar en los distintos círculos artísticos y de la bohemia que visita.

El autor nos acerca de manera detallada a la Teresa sensible y maltratada de las primeras décadas de 1900, que sufre por la distancia de sus hijas y el duro castigo social impuesto por su “error”. Pero también conocemos la historia de una mujer adelantada a sus tiempos, ansiosa de libertad, que cruzó continentes en busca de sentido y que buscó incansablemente oponerse a la adversidad, a través de mágicos versos que conquistarán a sus lectores. Con todo, se trata de una novela entretenida que nos aporta una nueva visión de Teresa Wilms al reconstruir los hechos y sentimientos de la artista.

**Editorial Forja.**

## El coleccionista de historias

Los libros, el amor y la pérdida son los temas de la última novela de la escritora norteamericana Alyson Richman, “El coleccionista de historias”. La autora, conocida por “Los amantes de Praga” y varios best sellers que han sido traducidos a más de 18 idiomas, nos vuelve a deleitar con una nueva entrega.

La historia nos lleva a 1912, cuando se produce el hundimiento del Titanic y en él fallece Harry Widener, un joven de 27 años, amante de los libros y coleccionista de ediciones especiales. Su madre, como una manera de honrarlo, manda a construir en Harvard — lugar donde estudió su hijo — una biblioteca con su colección. A ese lugar llega a trabajar, décadas más tarde, una joven quien acaba de perder a su novio trágica-



mente. Pronto se conectará con Harry y sentirá que su fantasma intenta comunicarse con ella, develando una historia de amor marcada por los libros.

El relato, que conquista desde las primeras páginas, nos habla de la gran pasión que se puede llegar a sentir por los libros y cómo ellos pueden llegar a ser una fuente de conexión inigualable.

Pero sin duda, uno de los elementos más destacables es el contexto histórico en que se sitúa la historia, vinculado al hundimiento del Titanic, el cual la autora describe de manera precisa, permitiéndonos volver a conocer antecedentes del naufragio de este gran transatlántico y las implicancias que tuvo para la época. Una historia entretenida, ideal para los días de otoño que se avecinan.

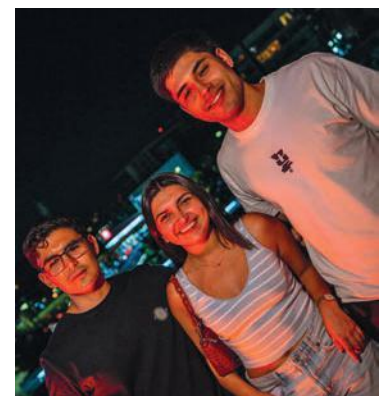
**Editorial Planeta.**

# BMW Open Joy: un sunset para vivir la experiencia al máximo

**E**n el showroom de BMW La Dehesa se vivió una nueva edición de Open Joy, un exclusivo sunset after office que reunió a clientes y medios en torno a la innovación, el diseño y el estilo característico de la marca.

Durante la jornada, los asistentes tuvieron la oportunidad de realizar test drive de distintos modelos, disfrutando de primera mano la experiencia de conducción BMW. Todo esto en un ambiente distendido, acompañado de música en vivo, un entorno preparado y una selección de degustaciones de comida que elevaron la experiencia.

Con un concepto pensado para conectar con los sentidos, BMW Open Joy forma parte de las instancias creadas por la marca, ideal para cerrar el día, compartir y descubrir lo mejor de la marca, en un entorno único y entretenido.





# Back to Style: un regreso con actitud

Entre el 6 y el 15 de marzo, Levi's invitó a reconectar con el estilo propio en la vuelta a clases y al trabajo. Bajo el concepto "Back to Style", la marca desplegó asesorías de moda, espacios de personalización y una alfombra roja con registros en slow motion. El cierre llegó con un mural en vivo junto a El Dorian, en una propuesta donde la identidad estuvo siempre al centro.



# CONFIANZA DESDE SU ORIGEN



SILVERADO HIGH COUNTRY



SILVERADO

SOMOS CONFIANZA, SOMOS SILVERADO

# ZA

# EN



TRAIL BOSS



SILVERADO ZR2



Manejemos  
juntos

[ford.cl](http://ford.cl)



# AVANZA DONDE OTROS SE DETIENEN



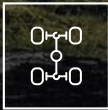
Motor 5.0L V8 400hp



Control Crucero Adaptativo



Caja AT de 10 Velocidades



Sistema Avanzado 4x4 con Bloqueo Diferencial

**FORD F-150**

**READY SET** *Ford*