

EstiloMotor

NÚMERO 09 / NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2025

Ignacio Funes y Lexus RZ El primero de una nueva era



Moda en Movimiento con
CUPRA TERRAMAR

AMAXOFOBIA
Cuando el miedo toma el volante

LORENA BOSCH
Conversamos con la
embajadora de Peugeot





Modelo en imagen corresponde a Mazda CX-60 SIGNATURE 2.5 HÍBRIDO ENCHUFABLE TAN, precio final de \$56.990.000 incluye IVA, bono financiamiento por \$1.000.000 y bono marca por \$2.000.000. Precios vigentes desde el 1 al 30 de noviembre de 2025. Consumo vehicular mixto Mazda CX-60 SIGNATURE 2.5 HÍBRIDO ENCHUFABLE TAN 46,3 km/l, Valores obtenidos en mediciones de laboratorio según el ciclo de ensayo de la Comunidad Económica Europea, homologadas en el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones. Más información en www.consumovehicular.cl. Para mayor detalle del modelo y financiamiento en locales Dercos Center o en www.dercocenter.cl y www.mazda.cl.



MAZDA CX-60

DISEÑO INTERIOR QUE EVOLUCIONA



El nuevo interior Tan Nappa Leather complementa la gama de interiores del Mazda CX-60, fusionando evolución, diseño y elevando la experiencia de manejo a otro nivel.

WWW.MAZDA.CL

DERCO
center

11 LANCIA

Considerada como uno de los tesoros industriales más valiosos de Italia, en estas líneas Leo Pacheco nos cuenta la historia de esta marca fundada en 1906.



11

15 LEXUS RZ 450E

Fuimos parte del lanzamiento exclusivo del Lexus RZ 450e, el primer vehículo 100% eléctrico de la marca que forma parte de su estrategia multitecnológica.



15

26 LORENA BOSCH

La actriz chilena y uno de los rostros más reconocibles y queridos de la pantalla chica, nos cuenta de sus proyectos, incluida su alianza con Peugeot.



26

30 MUSTANG DARK HORSE

Te invitamos a ser parte de esta singular edición, el mítico Mustang Dark Horse, una mezcla de diseño, potencia, adrenalina y mucho más.



30

38 VOLVO EX30 EN LA SENDA VERDE

En una entretenida experiencia rumbo a Portillo, conocimos el nuevo Volvo EX30 Cross Country. Y conversamos con Rodrigo Espinoza sobre los planes de la marca.



43

43 PREMIOS GOLDEN WHEEL

Aquí te contamos de qué se trata este nuevo premio para la industria automotriz, creado en conjunto con MotorFem, con la intención de celebrar los resultados en un mercado muy competitivo.



38



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

46 **AMAXOFOBIA**
A través de testimonios y la visión de especialistas, exploramos la amaxofobia, un trastorno que afecta a miles de chilenos que no se atreven a conducir.

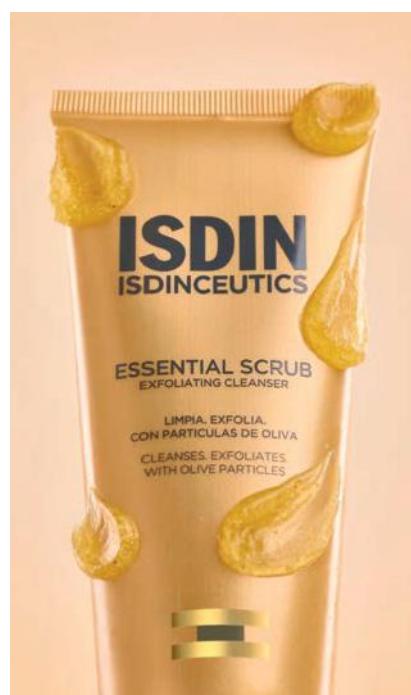
50 **MERCEDES-BENZ AMG**
Te invitamos a conocer la nomenclatura Mercedes AMG, sus inicios, desarrollo y su filosofía que persiste hasta el día de hoy: "One Man, One Engine".

58 **HYUNDAI DE EXTREMO A EXTREMO**
Un test doble diferente, donde comparamos dos modelos de Hyundai, Santa Fe e INSTER, los extremos del portafolio, que se diferencian en tamaño, prestaciones y emisiones.

64 **MODA EN MOVIMIENTO CON CUPRA**
En esta nueva edición, el protagonista fue el CUPRA Terramar, un SUV que combina fuerza, tecnología y una elegancia desafiante.

77 **BMW R50**
Una prueba diferente, de esta motocicleta que fue de Carabineros y utilizada por la escolta de la reina Isabel durante su única visita a Chile.

82 **NOVIEMBRE MES DEL DISEÑO**
Presentamos una producción especial junto a Andes Fashion Week Chile donde la moda, el arte y el automovilismo se encuentran en una misma narrativa visual.



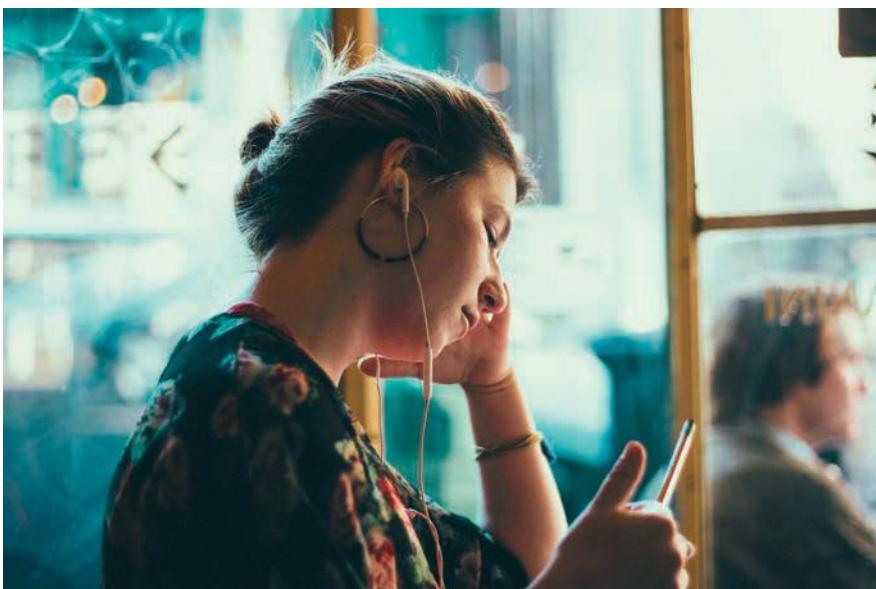
ISDIN

NUEVA GAMA DE LIMPIADORES ESSENTIALS

El especialista en dermocosmética ISDIN amplió su línea de limpiadores faciales con dos innovaciones: ISDINCEUTICS Essential Purifier y Essential Scrub, los cuales se suman a Essential Cleansing en la gama Essentials. Fórmulas sensoriales, efectivas y respetuosas que elevan la rutina de skincare a un nuevo nivel y que están pensados para potenciar la doble limpieza, adaptándose a cada momento y necesidad de la piel. Essential Purifier es un el limpiador facial

en espuma que elimina eficazmente impurezas como el exceso de sudor, polución o restos de productos. Purifica la piel sin comprometer su hidratación esencial para un rostro revitalizado y radiante. Essential Scrub es un limpiador facial con textura en gel y partículas exfoliantes suaves que eliminan las células muertas. Favorece la renovación cutánea y reduce la apariencia de los poros, promoviendo una

piel suave y radiante. Finalmente, Essential Cleansing es un limpiador facial en aceite suave y ligero de textura oil-to-milk que elimina eficazmente los restos de polución, el maquillaje waterproof y el protector solar resistente al agua. Hidrata y respeta la barrera cutánea para una piel radiante. Puedes encontrar los productos en <https://www.isdin.com/es-CL/>, en farmacias y retails del país.



STORYTEL

CHILE SE SUMA AL BOOM DE LOS AUDIOLIBROS

Storytel aterriza en Chile con más de 400 mil audiolibros y títulos exclusivos de autores nacionales. La plataforma sueca, presente en más de 25 países, llega de la mano del grupo RDF Media (Play, Sonar, T13 Radio, 13C y Emisor Podcast). Su idea: transformar los tiempos muertos en momentos para escuchar grandes historias. Cada mes lanzarán un libro chileno exclusivo. Entre los primeros: Not Human de Julio Rojas, Los Bunkers de Marcelo Aldunate y Si digo muerte digo vida de Paula Assler. Suscripción: \$7.990, con prueba gratis y 50% off por 6 meses.

VARSOVIENNE

EL ARTE DEL CHOCOLATE HECHO EN CHILE

PERFUMES ÁRABES

EL HECHIZO DEL MEDIO ORIENTE



Los perfumes árabes están viviendo su mejor momento en Chile. Intensos, exóticos y de larga duración, conquistaron a quienes buscan aromas con carácter. Las notas de oud, ámbar, rosa y especias orientales marcan la diferencia frente a las fragancias europeas más tradicionales. Marcas como Lattafa, Swiss Arabian y Ard Al Zaafaran ya se encuentran en tiendas como Falabella y boutiques online como Oud Store Chile, Perfumagia o Arabian Scents. Una tendencia que llegó para quedarse, envolviendo el aire con el encanto del desierto.



Desde 1954, Varsoviene ha convertido el cacao en una verdadera experiencia sensorial. Sus bombones, tabletas y dragés combinan tradición artesanal con ingredientes de excelencia, logrando ese equilibrio perfecto entre dulzura, textura y elegancia. Cada pieza es una invitación a detener el tiempo y disfrutar del placer en su estado más puro. Porque con Varsoviene, el chocolate no se come... se vive.

Disponibles en sus locales de Santiago, regiones y despachos online en www.varsoviene.cl



STEVE MADDEN

“SÍ, QUIERO... CON ESTILO”

Inspirada en los matrimonios más comentados, desde el de Taylor Swift hasta el glam de Selena Gomez, Steve Madden lanza su nueva colección cápsula de novias. Una propuesta para las brides-to-be que quieren dar el “sí” con actitud, brillo y personalidad. Tacones y plataformas pensados para bailar toda la noche, tonos perlados y siluetas que reinventan lo clásico con un toque neoyorquino. Disponible en Cenco Costanera, Alto Las Condes y stevemadden.cl.



BOTON DE AZUCAR

DULZURA CON DISEÑO

En un mundo donde cada vez menos cosas sorprenden, en Santiago existe un lujo comestible que pocos conocen: Botón de Azúcar, la primera pastelería chilena especializada en flores de buttercream, una propuesta única que transforma cupcakes y tortas en verdaderos ramos comestibles. El resultado son regalos exquisitamente bellos que cuesta creer que se puedan comer.

Sus bouquets y arreglos son uno de los regalos más exclusivos y sorprendentes del mercado, al mismo tiempo que elevan cualquier evento al siguiente nivel. Un coffee corporativo, un lanzamiento, una cena privada o un cumpleaños cambia por completo cuando la mesa se convierte en vitrina. Cada pieza es una declaración de estilo para quienes buscan una experiencia sensorial que une lujo, diseño y sabor.

Descubre más en Instagram @boton_deazucar



55 AÑOS DE
RANGE ROVER





PRIMEROS PUEBLOS

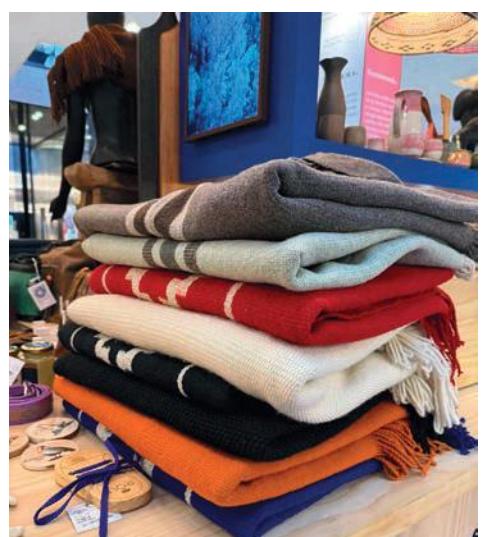
UN PEDAZO DEL SUR DE CHILE

Una tienda única con productos originales y elaborados a mano por artistas y comunidades de La Araucanía y el Biobío. En sus tiendas encontrarás textilería, piezas de decoración y diseño, alfarería, arte en madera, delicias culinarias, platería, cuero, telar y hierbas medicinales, entre otros artículos únicos, todos con un valor excepcional.

La tienda reúne productos de 65 emprendedores de diferentes localidades de las regiones mencionadas y busca consolidarse como una sola marca que garantice calidad, autenticidad y pertenencia a un mismo territorio.

Dónde comprar:

Av. Nueva Costanera 3900, Casacostanera, Vitacura, Santiago /
Biobío, Mallplaza Trébol /
Arturo Prat 427, Temuco.



HISTORIA DE LANCIA

La cultura como fuente de inspiración



Lancia Alpha.



Lancia Ardea 3-4Serie 1945-1953.



Lancia Aprilia Farina Cabriolet 1947.



Lancia Aurelia GranTurismo 2500 Spider 1955.

Sus creaciones, con nombres tomados de la cultura griega y la historia romana, son recordadas por su belleza, eficiencia mecánica y refinada manufactura. Esta marca, fundada en 1906 por Vincenzo Lancia, es considerada como uno de los más valiosos tesoros industriales de Italia.

Por Leonardo Pacheco

La pasión y la voluntad mueven montañas, hacen que las cosas sucedan y que el mundo experimente cambios. Y esas dos cualidades estaban muy presentes en la personalidad de Vincenzo Lancia, nacido en 1881 en Fobello (Italia), hijo de un comerciante de productos alimenticios, pero que desde muy joven mostró interés por los automóviles.

Si bien estudió contabilidad -sin terminar la carrera- para no defraudar a sus padres, Vincenzo lo único que deseaba era conocer ese nuevo invento llamado automóvil, entender su funcionamiento y, por qué no, construir un vehículo con su nombre en la proa.

Los astros se alinearon a su favor y muy cerca de su residencia en Turín se instaló Ceirano, nada menos que una de las primeras marcas italianas de automóviles. El joven Lancia, que por ese entonces realizaba sus estudios contables, comenzó a frequentar el taller, donde el propio Giovanni Ceirano le ofreció empleo como aprendiz de mecánico... aunque en su contrato decía que era contador, todo para tranquilizar a su padre.

El talento de Lancia, que al ingresar a Ceirano tenía 17 años, comenzó a destacar y al poco tiempo pasó de ser mecánico al cargo de jefe de pruebas, con 20 años recién cumplidos; sus habilidades al volante y conocimientos técnicos lo hicieron invaluable para la compañía. En 1899 Giovanni Agnelli adquiere la totalidad de la firma Ceirano, formando así la empresa



Lancia Astura 1936.

Fiat, transacción que incluía al personal más calificado, entre ellos Lancia. Fue así como se convirtió en el piloto de pruebas de Fiat, pero no solo eso, porque paralelamente Vincenzo inició su carrera deportiva, junto a Felice Nazzaro, debutando el 1 de julio de 1900 en una prueba de resistencia en la ciudad de Padua; obtuvo la victoria a los mandos de un Fiat 6 HP. Lancia participó en varias competencias en su país natal, siempre con los colores de Fiat, e incluso cruzó el océano para inscribirse en algunas carreras de Estados Unidos, como la

Copa Vanderbilt. Participó en alrededor de 40 eventos automovilísticos, algunos de velocidad, trepadas y otros de consumo, y en muchos de ellos resultó ganador, forjándose una excelente reputación como piloto.

En 1906 Lancia entendió que ya era tiempo de materializar una de sus más grandes ambiciones, porque su sueño de juventud, que era ser mecánico y piloto, ya se había cumplido. La idea de fundar su propia marca de automóviles comenzó a repicar en su cabeza, hasta el punto de tomar la decisión de dejar Fiat y



Lancia Aurelia.



Lancia Delta HF Integrale Evoluzione Exclusive 1992.



Lancia Y10 Selectronic 1989-1992.



Lancia Rally 037 1982-1989.

asociarse con Claudio Fogolin, un talentoso piloto de pruebas también de Fiat, para fundar el 29 de noviembre de 1906 la Sociedad Lancia.

UN ASCENSO VERTIGINOSO

Se cuenta que el propio Giovanni Agnelli le facilitó algo de dinero a Lancia, para que este comenzara su propia firma de automóviles, como una manera de reconocer su talento y porque la naciente marca no era un rival para Fiat; Lancia buscaba exclusividad y Fiat apuntaba a la masividad.

Prueba de la buena relación que existía entre Agnelli y Lancia, es que Vincenzo continuó siendo piloto oficial de Fiat luego de fundar su propia marca, con un contrato que duró dos años. La Sociedad Lancia se instaló en un galpón que pertenecía a Itala, y en menos de un año de funcionamiento el primer ejemplar Lancia ya estaba listo.

Se trataba de un faetón equipado con un motor bi-bloque de cuatro cilindros, 2.543 cc y una potencia máxima de 30 CV. El proyecto industrial se denominaba 51, pero ese automóvil adoptó el apelativo 18/24 HP, nombre que más tarde fue reemplazado por la primera letra del alfabeto griego... Alpha (Alfa).

El Lancia Alpha fue presentado en el Salón de Turín, en 1908, y la unidad de muestra fue adquirida por el piloto Felice Nazzaro, ex compañero de Fiat y un gran amigo de Vincenzo. Más de 100 unidades del Alpha fueron construidas, hasta que en 1909 la marca comenzó

a proyectar un nuevo modelo; en el intertanto se ofrecieron las versiones DiAlpha, equipadas con un motor de seis cilindros y 3,8 litros. El DiAlpha era muy veloz, porque en esa época correr a 110 km/h era algo impresionante. Se construyeron 20 unidades en un periodo inferior a un año, y pese a sus notables cualidades ese modelo no fue exitoso, por lo que Lancia decidió retirarlo del catálogo.

En 1910 se estrena el modelo Gamma, un ejemplar equipado con un bloque de 3,5 litros que desarrollaba 35 caballos, y un año después sale desde la fábrica el hermoso modelo Delta, el que gracias a su motor de 4,0 litros puso a Lancia en las altas esferas del mercado. También se incluyó la versión deportiva bautizada DiDelta, para la que se anunciaba una velocidad máxima de 120 km/h, y sobre esta base se creó el Delta tipo Runabout, un bólido de 40 CV con el que Vincenzo Lancia disputó su última carrera.

Entre 1910 y 1913 se construyeron más de 1.145 automóviles, pertenecientes a las series Delta, Épsilon y Eta, más las unidades deportivas con las iniciales "Di". Ese notable aumento en la producción obligó a realizar cambios en las instalaciones, primero ampliando el galpón que pertenecía a Itala y luego mudándose a un recinto mucho más amplio; la nueva fábrica tenía 10.000 m² utilizables.

El estallido de la Primera Guerra Mundial hizo que Lancia desarrollara un camión para uso militar, el modelo 1Z y, una vez que el conflicto bélico llegó a su fin, se lanzó al público el

primer automóvil de origen europeo equipado con iluminación eléctrica: el Theta. Se fabricó desde 1913, con una producción máxima de 1.700 unidades.

La ambición de Lancia lo motivó a ir más allá de Europa, y tras obtener importantes triunfos en las pistas y caminos de Estados Unidos, la firma italiana comenzó a forjarse una reputación en esa parte del mundo. No obstante, en Norteamérica Lancia fue reconocida más por sus éxitos deportivos que por sus automóviles de serie, así que esa nueva aventura comercial no duraría mucho.

TIEMPOS AGITADOS

Lancia vendía muy bien sus automóviles, y es que tras el éxito del Theta la marca volvió a dar en el blanco...pero esta vez con los modelos Lambda, presentado en 1922, y Aprilia, estrenado en el Salón de París en 1936. Este último modelo no pudo ser contemplado por Vincenzo, ya que falleció en febrero de 1937 con menos de 56 años.

Gianni Lancia, hijo del fundador, asumió la dirección de la compañía. Todo iba bastante bien, se lanzaron nuevos modelos y la marca gozaba de una excelente reputación, pero Gianni quería satisfacer un anhelo personal: ver a Lancia en la naciente Fórmula 1, por supuesto que, junto a Ferrari y Maserati.

Así nació Lancia Corse en 1950, división que logró una gran notoriedad en competencias tales como la Mille Miglia, la Targa Florio, las



Logos de Lancia.



Lancia 037.

24 Horas de Le Mans, la Carrera Panamericana y el Rally de Montecarlo, eventos que fueron enfrentados con los bólidos D 20, D 24 y D 25, este último animado con un motor de 3,8 litros que desarrollaba 295 CV.

En 1955 Lancia por fin ingresa al círculo de la Fórmula 1, fichando nada menos que al talentoso piloto italiano Alberto Ascari. Los resultados no fueron los mejores, los gastos comenzaron a ser insostenibles y, para colmo de males, la estrella del equipo terminó con su monoplaza Lancia D 50 en el agua, durante el Gran Premio de Mónaco; pero lamentablemente Ascari perdió la vida unos días después en un accidente de tránsito, en Monza.

La muerte de Ascari afectó la moral del equipo Lancia Corse, lo que, sumado a los malos resultados y a la falta de recursos, hizo que el cuerpo directivo de la compañía decidiera ponerle fin a esa aventura deportiva, por lo que todo el material (seis bólidos D 50) se donó a Ferrari... para que el proyectista Vittorio Jano los utilizara en sus desarrollos.

FIAT ENTRA EN ESCENA

Las letras del alfabeto griego fueron muy bien recibidas por los compradores, nombres que se utilizaron desde 1919 y que fueron propuestos por el hermano de Vincenzo, Giovanni, quien era un reconocido experto en lenguas



Vincenzo Lancia.

clásicas. Pero en 1930 los apelativos cambiaron, utilizándose hasta 1969 el nombre de las vías romanas y de algunas ciudades de la región del Lacio.

Utilizando esa fuente de inspiración surgieron modelos tales como el Appia, Aurelia, Augusta, Fulvia, Flavia, Flaminia, Artena y Astura. Pero eso no es todo, porque en Lancia también recurrieron a la mitología y cultura griega, para identificar a los modelos Musa, Stratos, Phedra y Thesis, entre otros.

Lancia siguió funcionando en relativa calma, tras recuperarse de su paso por la Formula 1. En 1960 la firma italiana regresa al mundo de la competición, pero esta vez en el Rally, ya que su nuevo modelo, el Fulvia Coupé HF,

poseía enormes cualidades para enfrentar dichos eventos, desde un motor confiable y potente, hasta una suspensión irrompible; en 1967 el estante estaba repleto de trofeos y el equipo contaba con pilotos de talla mundial. En 1971 se presenta el Stratos, un bólido exclusivo para competición equipado con motor central y en cuyo desarrollo participó Bertone. Fiat tomó el control de Lancia en 1969, por lo que en estricto rigor el primer ejemplar de serie concebido bajo esa nueva administración fue el Beta, presentado en el Salón del Automóvil de Turín, en 1972.

Y llegó el momento de resumir, porque esta historia nos da para un libro con cientos de páginas. El Lancia Delta y el 037, son dos celebridades que no podemos dejar fuera de este reportaje, por su protagonismo en los rallies y porque en la actualidad son joyas muy apetecidas por los coleccionistas.

Bajo la dirección del fallecido Sergio Marchionne, Lancia estuvo a punto de desaparecer, de cerrar sus puertas para siempre. Pero más que un cierre fue un receso, porque oficialmente la marca nunca salió del organigrama de lo que ahora es el grupo Stellantis. Hace poco se presentó el Ypsilon, un compacto ejemplar electrificado que, viendo esto con un poco de optimismo, nos confirma que el legado de Vincenzo Lancia no quedará en el baúl de los recuerdos.

IGNACIO FUNES:

“En Lexus estamos enamorados del problema, no de la solución”





Con una mirada que mezcla estrategia, sensibilidad y propósito, Ignacio Funes, director ejecutivo de Lexus Chile, lidera el desafío más importante en la historia de la marca: entrar a la era eléctrica sin perder el alma japonesa del lujo.

Por Paola Leyton T. / Fotografía: Lexus Chile

En un entorno donde todos hablan de electromovilidad, Ignacio Funes, director ejecutivo de Lexus Chile, prefiere hablar de coherencia y la estrategia multivía, “nosotros no perseguimos una tecnología; perseguimos un propósito: reducir el carbono. Estamos enamorados del problema, no de la solución”, dice con calma, como quien entiende que la verdadera innovación requiere tiempo y

convicción.

Cuando Lexus llegó a Chile en 2008, lo hizo bajo una promesa silenciosa: ofrecer una experiencia distinta. Funes, que entonces recién se incorporaba a Toyota Chile, fue testigo directo de esos primeros pasos.

“Fuimos el primer mercado en Latinoamérica con representación oficial. Y desde el inicio entendimos que Lexus no debía ser una mar-

ca de volumen, sino de detalle.”

Durante quince años, la evolución fue deliberadamente pausada. Lexus no buscaba crecer rápido, sino construir reputación. El foco estuvo en el Omotenashi, la hospitalidad japonesa que consiste en anticiparse a las necesidades del cliente, y en el Takumi, la obsesión artesanal por la perfección. “Queríamos que Lexus fuera una marca respetada, no necesariamente grande. Que cada cliente se sintiera único, porque ese es el verdadero lujo.”

ELECTRIFICACIÓN CON PROPÓSITO

Hoy, con tres showrooms —Vitacura, Chicureo y Concepción— y una generación más joven acercándose a la marca, gracias a la incorporación de modelos como el LBX, Funes reconoce que el lujo también está cambiando. “El cliente de Lexus busca experiencia, no ostentación. Es alguien que da por hecho la calidad, y espera atención personalizada. Con modelos como el LBX logramos acercarnos a un público más joven, más urbano, pero que comparte esa misma visión: vivir el lujo desde la tranquilidad.”

Y actualmente, la reciente llegada del Lexus RZ 450e, el primer SUV 100% eléctrico de la marca en Chile, simboliza un punto de inflexión, pero también confirma una filosofía. “No estamos en contra de la electromovilidad; todo lo contrario. Pero creemos que no existe una única vía. Nuestra estrategia es multitecnológica: tenemos híbridos, enchufables, eléctricos y, en el futuro, hidrógeno. Queremos que cada cliente elija lo que más sentido le hace, según su entorno y estilo de vida.”

En esa visión se resume su manera de liderar: abrir caminos, no imponer rutas.

El RZ 450e —presentado en el Valle del Elqui, en Casa Molle Relais & Châteaux— es la manifestación tangible de ese pensamiento. Un vehículo que combina tecnología avanzada con la serenidad del lujo japonés, pero cuya verdadera relevancia radica en lo que representa: el comienzo de una nueva etapa bajo la dirección de Funes.

Más allá de los autos eléctricos, Funes ya



piensa en lo que viene. “El hidrógeno será una pieza clave del futuro. En Chile tenemos condiciones únicas para desarrollarlo, y desde Lexus estamos participando en proyectos para hacerlo realidad.”

Lexus Chile ya colabora en iniciativas de generación de energía limpia, inspiradas en proyectos emblemáticos como la iluminación de la Torre Eiffel con tecnología Toyota.

Ese tipo de iniciativas también podrían pasar en Chile y el director de Lexus nos cuenta que están viendo cómo podrían aportar en ese sentido.

UNA OBSESIÓN POSITIVA

Ingeniero industrial de la Universidad Católica de Valparaíso, Ignacio Funes lleva más de



quince años vinculado a Lexus, incluyendo una etapa como gerente general de la marca en Brasil. Desde 2019 lidera la operación chilena y desde hace un año forma parte del directorio de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC), tratando de aportar con su visión puesta en el desarrollo del país y los clientes en el centro.

Sobre su relación con la marca, el ejecutivo nos cuenta que “Lexus demanda un nivel de detalle obsesivo. Pero esa obsesión es sana: es lo que nos mantiene fieles a nuestra esencia.” Esa exigencia se traduce en gestos pequeños —como la forma en que se recibe a un cliente o el seguimiento postventa— y en decisiones grandes, como abrir una tienda en Concepción antes que lanzar un nuevo modelo.

“Para nosotros, crecer significa consolidar la experiencia, no multiplicar los puntos de venta.

LA FILOSOFÍA DEL FUTURO

Al preguntarle a Ignacio cómo imagina a Lexus en diez años más, nos responde: “lo veo como una marca más consolidada, más tecnológica, pero igual de humana.”

Su visión es la de una marca que empuja los límites sin perder la calidez, que innova con propósito y que entiende la sustentabilidad como una experiencia integral. “El lujo del futuro está en lo que trasciende. Veo a Lexus rompiendo el límite tecnológico, el límite en

EN PRIMERA PERSONA: LA EXPERIENCIA HÍBRIDA

Ignacio Funes, director ejecutivo de Lexus Chile, conduce a diario un Lexus NX híbrido autorrecargable, cuyo rendimiento varía según el estilo de manejo y alcanza en ciudad un uso eléctrico en promedio cercano al 60% del recorrido. “En ciudad, el consumo es extraordinario”, comenta Funes. Él y su señora manejan vehículos híbridos de la marca, lo que les ha permitido comprobar en la práctica los beneficios reales de esta tecnología.

Al respecto el ejecutivo asegura: “cuando uno pasa de un auto a combustión a



un híbrido convencional —si comparas peras con peras, es decir el mismo tipo de auto— te doy firmado que va a ir la mitad de las veces a la bomba de gasolina. Si hoy cargas cuatro veces al

mes, con un híbrido seguro serán dos... o menos.” Una observación simple, pero poderosa: la eficiencia no solo se mide en cifras, sino en la experiencia cotidiana de conducción.

la experiencia con los clientes para anticiparnos, cada vez más a sus necesidades. Ahí es donde yo espero seguir viendo a Lexus en el futuro”.

En la era del ruido y la inmediatez, Ignacio Funes encarna un tipo distinto de liderazgo. Reflexivo, exigente y profundamente conec-

tado con el propósito.

Bajo su dirección, Lexus Chile no solo inaugura su era eléctrica: afirma su lugar como referente del lujo consciente en Latinoamérica. “Nuestro trabajo no es vender autos; es anticipar el futuro y hacerlo sentir humano”, concluye.



Consulta en showroom por disponibilidad de stock. La marca BMW y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG.

THE X7

BAYERISCHE MOTOREN WERKE



Ideas transformadoras para la movilidad sostenible



FREEPIK

Hoy la ciudadanía, especialmente quienes lideran en innovación, desarrollo empresarial y transformación urbana en el país, exigen respuestas a los desafíos clave de seguridad, empleo, calidad de vida y sustentabilidad.

El sector automotor —motor histórico del progreso y promotor de inversión y sofistica-

ción tecnológica en Chile— puede y debe ser actor protagónico en la construcción de la movilidad del futuro. Por ello, hemos puesto a disposición de la opinión pública y de un futuro Gobierno, una propuesta robusta, pensada para los desafíos actuales y con la mirada puesta en los más altos estándares internacionales.

El transporte terrestre articula el dinamismo económico nacional, permite el flujo de

bienes, talento y emprendimiento a lo largo de Chile, y es el pilar para el desarrollo de polos urbanos y logísticos de clase mundial. Hoy, sin embargo, enfrenta desafíos urgentes: la delincuencia que amenaza a los dueños de vehículos y a quienes transitamos por las rutas de Chile; el mercado informal que distorsiona valor y confianza; la congestión urbana que deteriora experiencia y productividad; la degradación de infraestructura que ya cumple varios años

sin renovarse; y un parque automotriz que envejece, repercutiendo en el bienestar colectivo y en la reputación ambiental de nuestro país.

La visión de ANAC se estructura en cuatro ejes orientados a combatir estas falencias:

- **Modernización del parque vehicular:** ejecutar un programa de incentivos para la renovación con vehículos de tecnologías híbridas, eléctricas y de hidrógeno, invitando a privados a liderar una transición alineada con las economías más avanzadas del mundo.

- Seguridad y combate al crimen organizado: fortalecimiento institucional para garantizar protección, transparencia y trazabilidad en el mercado automotor, implementando IA en la prevención de delitos, con estándares elevados de detección y colaborando estrechamente entre los sectores público y privado.

- **Infraestructura y conectividad inteligente:** inversión en rutas seguras, zonas avanzadas de descanso y logística, y promoción de soluciones que impulsen la economía circular, como materiales reciclados en las calzadas, uso de caucho en el pavimento, e instalación de cargadores eléctricos al me-



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

nos cada 55 kilómetros.

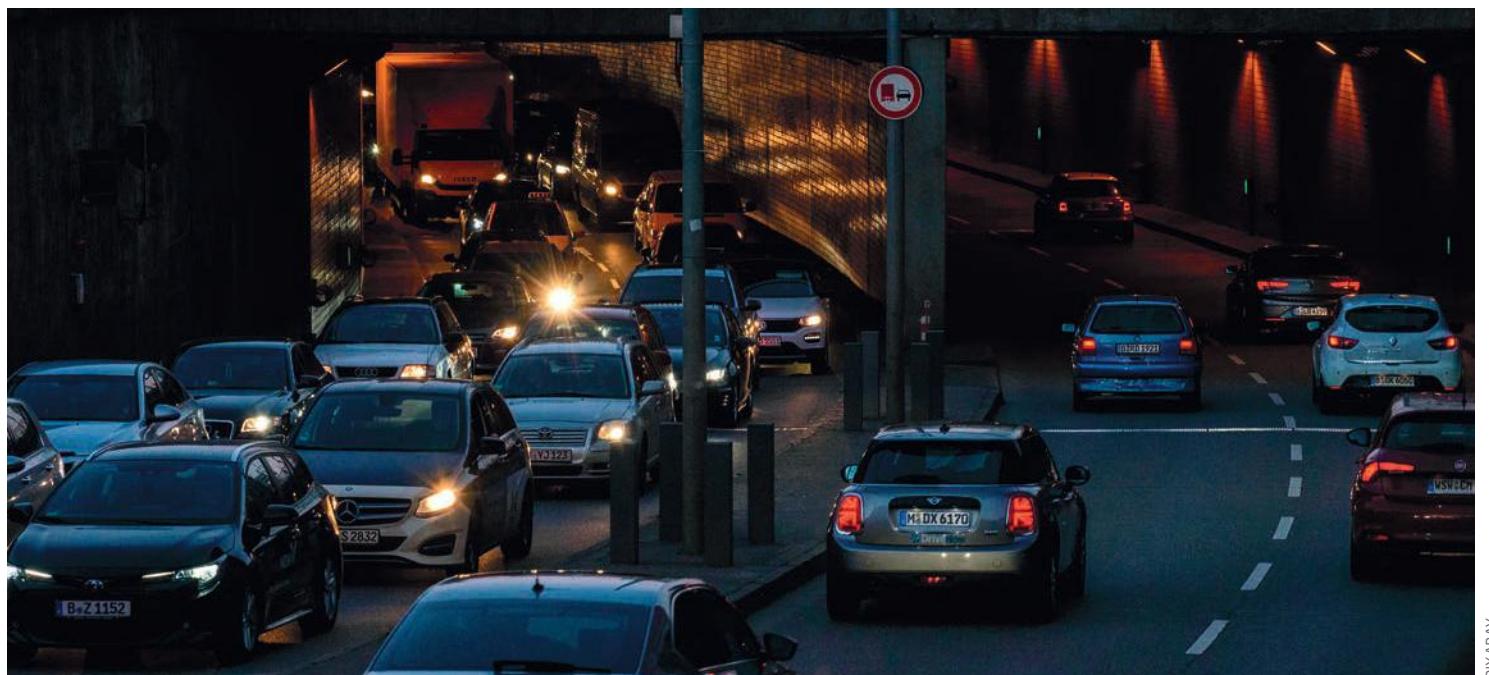
- **Liderazgo ambiental y eficiencia energética:** actualización regulatoria de la Ley REP, que no ha logrado cumplir su cometido, un control estricto de los sistemas de filtros en motorizaciones diésel en las plantas de revisión técnica, y prohibición absoluta de entrada de vehículos usados, antiguos e

inseguros a Chile, asegurando que el país cumpla con los compromisos globales de sostenibilidad.

Estamos convencidos que la movilidad del mañana requiere más que tecnología: demanda capital humano de excelencia y capacidad de innovación. Por eso, se necesita reforzar el compromiso con la formación técnico-profesional de alto nivel, a través de pasantías, mentorías y alianzas empresariales, para atraer talento joven e impulsar la transformación permanente del sector. Atraer talento y mantenerlo es un desafío que tenemos por delante en nuestro país.

La demanda ciudadana es clara: avanzar hacia una movilidad eficiente y sustentable que impulse el crecimiento y posicione a Chile como referente regional de calidad de vida, conectividad y bienestar. El sector automotor ofrece propuestas concretas y liderazgo visionario.

Chile tiene la oportunidad histórica de convertirse en un modelo de movilidad avanzada, segura y abierta con más de 28 mercados comercializando sus vehículos en suelo nacional. Lograrlo exige la colaboración de todos los actores sociales y empresariales que apuestan, día a día, por un país más moderno, conectado y competitivo.



CADILLAC F1 TEAM, la reconquista americana del Gran Circo

Una marca legendaria, dos pilotos experimentados y un sueño que resiste el tiempo: devolver a Estados Unidos el protagonismo perdido en la Fórmula 1.

Por Diana González



Dan Towriss, Michael Andretti y Colton Herta.

Durante décadas, Cadillac fue sinónimo de lujo, elegancia y poderío mecánico. En 2026, su nombre resonará no por sus sedanes cromados ni por sus SUV de alta gama, sino por un rugido distinto: el de los monoplazas del Cadillac F1 Team, el primer equipo estadounidense en incorporarse al campeonato desde la llegada de Haas en 2016 y el primero respaldado directamente por un gigante automotriz como General Motors.

La historia no comenzó sin turbulencias. Lo que hoy parece una gran alianza entre GM y TWG Motorsports fue en su origen un proyecto liderado por Michael Andretti, heredero de una de las familias más legendarias del automovilismo. Su sueño era claro: devolver la bandera estadounidense a la Fórmula 1. Pero la política del paddock, los intereses económicos y la desconfianza de las escuderías establecidas casi sepultaron la idea.

“No querían un equipo más, querían garantías. Y eso significó rediseñar todo el proyecto”, explicó Dan Towriss, CEO de TWG Motorsports, en una entrevista con Motorsport Magazine. “Fue un proceso largo, desgastante, pero necesario. Ahora Cadillac llega con la solidez de un fabricante global, no de una aventura romántica.”

UNA ENTRADA POLÉMICA, UN REGRESO HISTÓRICO

El rechazo inicial de la Fórmula 1 a la candidatura de Andretti-Cadillac fue uno de los episodios más tensos de los últimos años. Liberty Media, propietaria del campeonato, dudaba del impacto financiero y deportivo de sumar una nueva escudería. Pero la insistencia de GM —y la presión de los organismos deportivos estadounidenses— terminó por torcer la balanza. En noviembre de 2024, la FIA aprobó oficialmente el ingreso de Cadillac como el equipo número 11, con debut confirmado para la temporada 2026, año en que entrará en vigor el nuevo reglamento técnico que transformará los motores híbridos hacia una mayor sostenibilidad y eficiencia.

“Era el momento justo para hacerlo, cuan-



Fabulosos Cadillacs.



Colton Herta.



Graeme Lowdon.

do el deporte mira al futuro y la tecnología vuelve a ser el alma de la competencia”, señaló Mark Reuss, presidente de GM. La estructura deportiva se consolidó en dos sedes: Fishers, Indiana, como base técnica principal en EE.UU., y Silverstone, Reino Unido, donde se levantó la fábrica europea y el centro de desarrollo aerodinámico.

LOS ELEGIDOS: EXPERIENCIA Y ESTRATEGIA

En agosto de 2025, Cadillac zanjó las espe-

culaciones y anunció su alineación oficial: Sergio Pérez y Valtteri Bottas serán los encargados de escribir el primer capítulo de esta nueva era.

Sergio “Checo” Pérez, ídolo mexicano y veterano de Red Bull, lleva consigo 15 años de experiencia, 7 victorias y una reputación de piloto consistente, calculador y agresivo cuando la estrategia lo exige. Tras una temporada irregular con Red Bull y el desgaste mediático de convivir con Max Verstappen, el mexicano encontró en Cadillac “una oportunidad para volver a disfrutar del automo-



Cadillac Checo Perez.

vilismo”.

“Vuelvo a correr con propósito”, declaró Pérez. “Cadillac no entra para ser un número, entra para competir. Y quiero ser parte de esa historia.”

Valtteri Bottas, por su parte, llega con la serenidad de quien ha pasado por la élite —campeón de constructores junto a Hamilton en Mercedes y figura clave en Alfa Romeo—, pero con el hambre intacta.

“Siempre creí que los grandes proyectos nacen de la paciencia y la precisión. Cadillac es eso. Una marca que no corre detrás de nadie”, aseguró el finlandés en la presentación del equipo.

DIRECCIÓN Y ESTRATEGIA: EL ALMA DEL PROYECTO

El liderazgo deportivo recaerá en Graeme Lowdon, ingeniero británico y exdirector de Manor F1, reconocido por su capacidad para levantar equipos desde cero con recursos limitados. Lowdon se une a Dan Towriss en un binomio que combina visión financiera, gestión y conocimiento técnico.

“El objetivo no es solo entrar a la Fórmula 1, sino quedarse. Y para eso necesitas construir una cultura ganadora desde el primer tornillo”, dijo Lowdon.

Ambos han reclutado un equipo de más de

SERGIO PÉREZ EL ESTRATEGA LATINO

Edad: 35 años

Nacionalidad: mexicana

GP disputados: 300 +

Victorias: 7

Podios: 38

Equipos anteriores: Sauber, McLaren, Force India, Racing Point, Red Bull.

Dato: es el primer piloto latinoamericano en representar a una marca estadounidense desde Juan Pablo Montoya con Chip Ganassi en 2000.



Michael Andretti.

300 profesionales provenientes de escuderías como Mercedes, Red Bull y Aston Martin. El chasis estará a cargo de un grupo liderado por Ben Wood, ex jefe de aerodinámica de Williams, mientras que el diseño de la unidad de potencia —que inicialmente será cliente de Ferrari— evolucionará hacia un motor 100% desarrollado por GM para 2028.

MÁS QUE VELOCIDAD: EL RENACER DE LA INDUSTRIA AMERICANA

El regreso de Cadillac a la Fórmula 1 tiene un valor simbólico que trasciende lo deportivo. Estados Unidos, que hoy alberga tres Grandes Premios (Austin, Miami y Las Vegas), llevaba años buscando una representación automotriz real en el campeonato. Con Haas en un rol modesto y sin respaldo directo de un fabricante, Cadillac promete algo diferente: una estructura con músculo industrial y ambición de marca global.

Los analistas coinciden en que este movimiento refuerza la posición de la F1 en el mercado americano y abre la puerta a nuevas alianzas entre fabricantes y equipos satélite. Pero también plantea un desafío:

VALTTERI BOTTAS EL INGENIERO DEL VOLANTE

Edad: 36 años

Nacionalidad: finlandesa

Victorias: 10

Podios: 67

Equipos anteriores: Williams, Mercedes, Alfa Romeo/Sauber.

Dato: ingeniero de formación; su enfoque analítico encaja con la filosofía técnica de Cadillac.

demostrar que un proyecto estadounidense puede ser competitivo en un mundo dominado por la ingeniería europea.

EL FUTURO Y LA NARRATIVA QUE RECIÉN COMIENZA

Cadillac se estrenará en 2026 con un monoplaza diseñado bajo las nuevas reglas aerodinámicas y de combustibles sintéticos. Su filosofía, según Towriss, es “combinar precisión europea con carácter americano.”

DAN TOWRISS

EL ARQUITECTO SILENCIOSO

Cargo: CEO de TWG Motorsports / Cadillac F1 Team

Formación: MBA, Harvard Business School

Trayectoria: empresario y estratega del automovilismo norteamericano.

Cita: “La paciencia y la precisión son tan importantes como el talento en pista. No estamos aquí para ser el 11º equipo; estamos aquí para cambiar las reglas del juego.”



Dan Towriss.

El equipo ya trabaja en simulaciones de túnel de viento y en la integración de software propio, mientras la marca prepara un programa académico con universidades de ingeniería en EE.UU. para formar talento joven. Es, en palabras de Bottas, “una revolución tranquila, pero imparable.”

La entrada de Cadillac F1 Team marca una nueva frontera. Estados Unidos no solo regresa a la Fórmula 1: regresa con estilo, tecnología y determinación.

Quizá no ganen desde el primer día, pero su sola presencia ya altera el equilibrio del paddock. Y en una era donde la emoción a veces se diluye entre algoritmos y estrategias, Cadillac promete lo que toda buena historia de velocidad necesita: pasión, identidad y riesgo.

LORENA BOSCH: “No me siento famosa, pero sí que mi trabajo acompaña, divierte y conecta”

En una amena conversación, Lorena Bosch, una de las actrices más queridas de la televisión chilena, repasa su carrera, su conexión con el público y sus proyectos actuales, mientras vive una etapa de plenitud entre el teatro, la radio, la maternidad y su rol como embajadora de Peugeot.

Por Paola Leyton T.



ANDRÉS PÉNDOLA

Con más de dos décadas de trayectoria, Lorena Bosch es una de las actrices más queridas y versátiles de la televisión chilena. Egresada de la Escuela de Teatro de la Universidad Finis Terrae, debutó en 2006 en Amor en tiempo récord y alcanzó gran popularidad con personajes que marcaron época, como Lucrecia Santa María en El señor de la Querencia o la inolvidable Fabiola Meneses de Soltera otra vez, una joven atractiva y muy extrovertida que se ganó la simpatía de las familias chilenas.

Pero más allá de la pantalla, Bosch ha sabido mantener una carrera sólida y coherente, alternando el teatro, la televisión y la radio, espacios donde despliega su sensibilidad, humor y una mirada reflexiva y crítica sobre su oficio. Actualmente conduce el programa Zoom en Radio Concierto, participa en la obra Bodas de Sangre -una versión musical dirigida por Mariana Muñoz, para la cual tuvo que atreverse a cantar en el escenario- y ejerce además como embajadora de Peugeot, marca con la que se siente plenamente identificada.

En esta conversación, la actriz habla de su vocación, de la fama, de los personajes que la marcaron y de cómo, entre escenarios, micrófonos y autos, sigue encontrando nuevos caminos de expresión.

INFANCIA Y VOCACIÓN ARTÍSTICA

De niña, ¿ya querías ser actriz?

Si lo pienso, cuando uno mira para atrás, todos los niños tienen ese afán de jugar a los roles o disfrazarse y a mí eso me gustaba mucho, siempre me ofrecía para hacer distintos personajes. Con el tiempo entendí que me encantaba observar y representar. Ya de adolescente me volví más introspectiva, así que fue una sorpresa para muchos cuando dije que quería ser actriz. Pero seguí mi intuición, y estuve bien.

¿Alguien te inspiraba en esa etapa?

No tanto actrices o referentes del cine. Pienso por ejemplo en personajes animados como Jem o She-ra... eran figuras muy potentes.



ANDRÉS PÉNDOLA

Tengo el recuerdo de un actor que una vez levantó una ceja en una película y yo pasé toda una tarde frente al espejo intentando hacerlo. Fue mi primer ejercicio actoral.

Primero estudiaste otra carrera

Primero estudié un año en la Escuela de

Diseño, alcancé a hacer el Plan Común y lo disfruté mucho. Me sentía bien en mi salsa porque siempre se me han dado bien las manualidades y el dibujo, pero mientras estudiaba comencé a involucrarme con el mundo teatral-circense y sentí que había encontrado mi lugar, así que terminé estu-

diando en la Universidad Finis Terrae.

¿Pensabas en la televisión desde un principio?

Para nada. Yo solo pensaba en teatro. Me daba miedo perder el anonimato, esa magia de actuar sin que nadie sepa que fuiste tú. Pero un día me llamaron para un casting, fui sin expectativas... y quedé. Así empezó todo.

¿Qué te atrapó de la televisión?

Me gusta actuar, donde sea. Si el espacio te permite desarrollarte, es un privilegio.

PERSONAJES QUE MARCARON SU CAMINO

¿Qué personajes te han marcado más?

Sin duda Fabiola, de Soltera otra vez, marcó un antes y un después. Me hizo masiva, la gente aún me la recuerda. Pero también Lucrecia, en El señor de la Querencia, fue muy importante: era un personaje de época, con una orientación sexual distinta, y fue uno de los primeros roles abiertamente lésbicos en televisión chilena. Fue un desafío hermoso.

¿Cómo reaccionó el público?

Hubo de todo. Muchos confundían ficción con realidad. Hasta hoy me pasa que alguien me dice "te odio" por algún personaje. Pero lo entiendo, los personajes entran a las casas, acompañan, y eso genera emociones reales.

¿Con cuál de tus personajes te identificas más?

Con todos, de alguna manera. La Fabiola es mi antítesis estética, yo no soy glamorosa ni llamativa, pero a todos mis personajes les pongo algo mío. Lucrecia me marcó por lo que representó socialmente, porque abrió una conversación en muchas familias.

EL PRESENTE: RADIO, MÚSICA Y TEATRO

Actualmente estás en la radio y en teatro.

LORENA BOSCH, Embajadora de Peugeot

Desde comienzos de este año, Lorena Bosch es embajadora de Peugeot Chile, una alianza que según nos cuenta, se dio de manera natural: "Tengo un 3008 híbrido y me encanta. En mi familia siempre hubo Peugeot, así que me siento como en casa".

La actriz destaca el diseño y el confort del modelo: "Es exquisito. No solo por el interior o la tecnología, sino por cómo se maneja. Si no señalizo, el volante me pone resistencia, es como si el auto me dijera 'amiga, manténgase en su carril, cuidado, qué está haciendo'. Es un copiloto que cuida de ti", comenta entre risas.

Sobre la experiencia híbrida, agrega: "El motor es silencioso, eficiente y se siente liviano. Me encanta ver



cómo el sistema te muestra cuándo usas batería o gasolina. Combina tecnología y placer de manejo".

Y concluye con su estilo inconfundible: "No lo digo

por compromiso: me encanta manejar y realmente disfruto manejarlo, sobre todo en esta época con el viento primaveral y después de decirle: Hey Peugeot, sintoniza la 88.5".

¿Cómo ha sido esa experiencia?

Maravillosa. Empecé en la radio Concierto con La Casetera, después Concierto Placer y ahora Zoom, que tiene un enfoque cultural más amplio. Me encanta porque hay comunicación directa con la gente, te escriben, te comentan. Es muy vivo.

Y en teatro, estás con la obra Bodas de Sangre.

Sí, una versión muy musical y luminosa den-

tro de su tragedia. Canto, que no es lo mío, pero fue terapéutico. La música genera una vibración que sana, ya está terminando la temporada, pero vamos a estar en enero con esta obra en "Santiago a Mil", en la Universidad Finis Terrae.

LEJOS DE LA FAMA

Fuera de los escenarios, Lorena Bosch vive una vida familiar plena junto a su pareja y



ANDRÉS PÉNDOLA

sus dos hijos. Criada en una casa de puras mujeres, reconoce que al enterarse de que sería madre de un niño, sintió cierta incertidumbre: "No sabía muy bien qué esperar, era un mundo nuevo para mí", confiesa. Con el tiempo, esa inquietud se transformó en una experiencia profundamente enriquecedora. "Mis hijos son muy distintos entre

sí, pero ambos son sensibles, creativos y tranquilos. Uno de ellos incluso me pidió aprender a bordar, y me pareció maravilloso", comenta entre risas.

Asegura que la maternidad le ha dado una nueva perspectiva sobre la vida y sobre sí misma. "Yo crecí rodeada de mujeres, incluso nuestras mascotas eran hembras", dice

divertida. "Hoy tengo dos hombres en casa, y me encanta ver cómo están creciendo con libertad, sin estereotipos, siendo cariñosos y auténticos".

¿Cómo manejas la fama y tu vida privada?

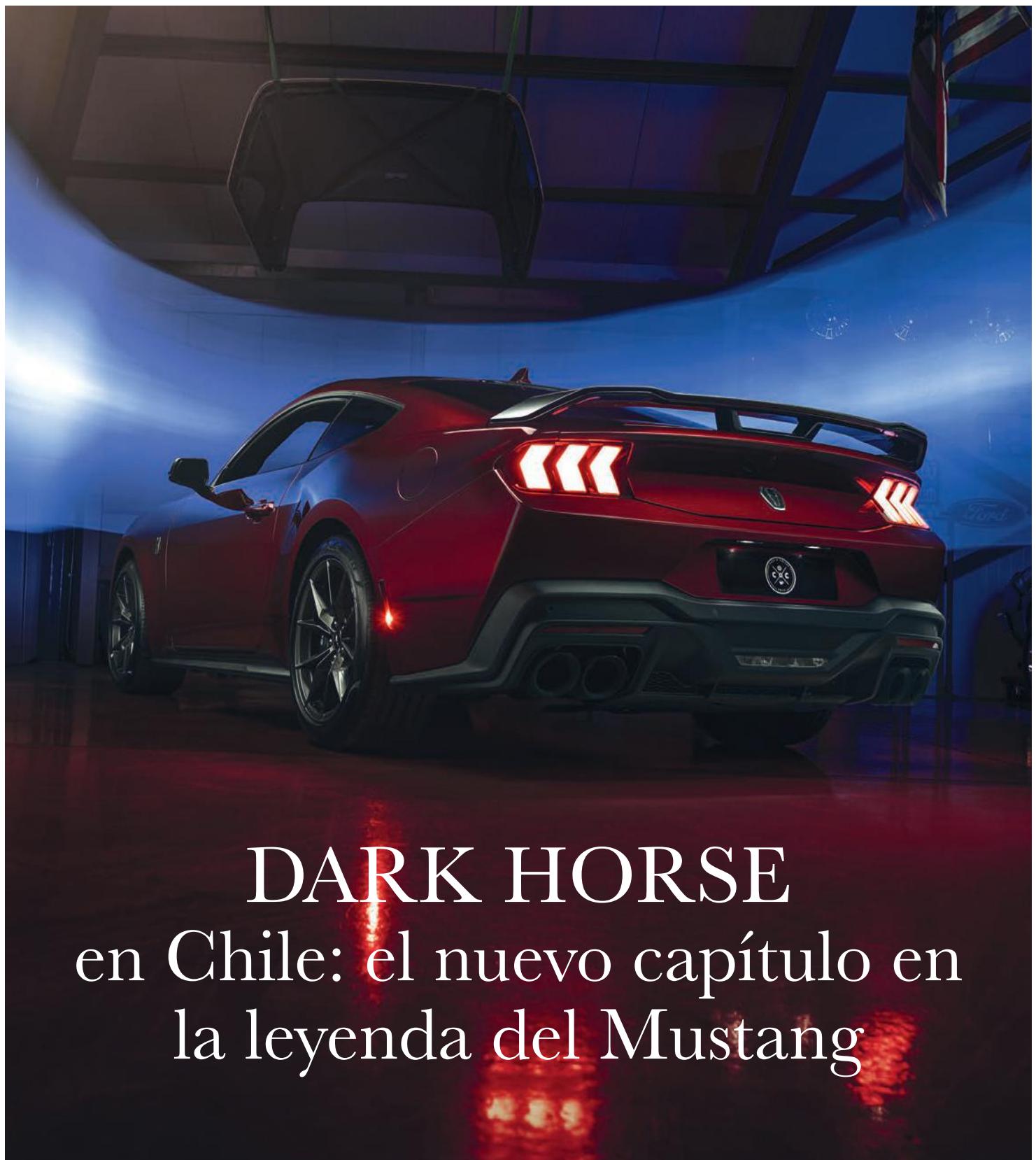
No me siento famosa. Mi hijo me lo preguntó hace poco y le dije que solo trabajo en televisión. La fama, para mí, tiene que ver con haber hecho algo importante por la sociedad. Yo siento que acompaña, que mi trabajo conecta y entretiene. En redes soy cuidadosa: no muestro a mis hijos si no quieren, pero no tengo nada que esconder.

¿Qué es lo que más valoras del cariño del público?

La conexión. Que la gente sienta que uno forma parte de sus vidas, que te recuerden por un personaje que los hizo reír o pensar, es un privilegio enorme.

¿Hay algo que tengas pendiente por hacer a futuro?

Me encantaría llevar Bodas de Sangre a España. Todo lo que implique viajar me inspira, por lo que me gustaría un proyecto internacional. Hoy las fronteras se han difuminado con las plataformas.



DARK HORSE

en Chile: el nuevo capítulo en la leyenda del Mustang

El Ford Mustang Dark Horse llegó a Chile pisando fuerte. Se posiciona por encima del Mustang GT y por debajo de un Shelby, tomando el lugar que antes ocupó el Mach 1. Una tarea compleja, pero no imposible para el Dark Horse.

Por Pablo Olmos / Fotografía: Equipo Cars & Coffee Chile

Tras su lanzamiento en Estados Unidos, hace ya más de un año, esperábamos con ansias el anuncio de Ford Chile confirmando la llegada de la nueva versión del deportivo más vendido en el mundo. Y las noticias finalmente llegaron, aunque no exactamente como imaginábamos.

En el marco del Festival of Speed 2025, con Ford Performance (ahora Ford Racing) como Main Sponsor, la presión vino de parte nuestra, como Cars & Coffee hacia el equipo de Ford Chile. “El Dark Horse debe estar presente en el FOS, hagamos el lanzamiento oficial en el evento”. Si Ford iba a estar en el festival, tenía que hacerlo en grande.

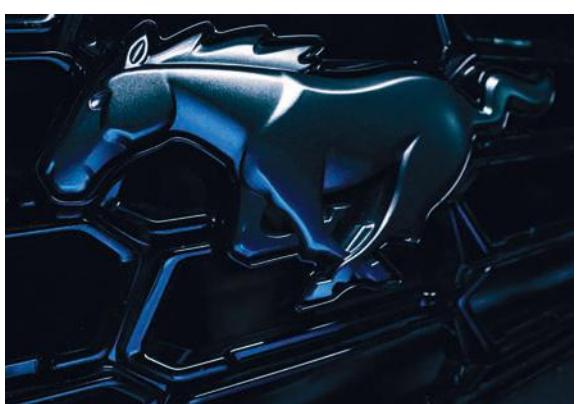
Meses de conversaciones e insistencias finalmente dieron fruto. No se realizó un lanzamiento oficial, pero sí hubo un “preview” del Dark Horse durante el evento de Cars & Coffee en mayo.

La verdad es que nosotros ya conocíamos en profundidad este musculoso americano. Cars & Coffee estuvo a cargo de la campaña de lanzamiento del Mustang Dark Horse en Chile, y no desperdiciamos la oportunidad. La producción se realizó donde debía ser: en la pista, quemando neumáticos, con un V8 rugiendo en la recta principal.

Se trata del famoso motor Coyote de Ford: un V8 naturalmente aspirado, de 5.0 litros, con doble cuerpo de aceleración, que esta vez entrega más de 500 caballos, frente a los 486 del Mustang GT.

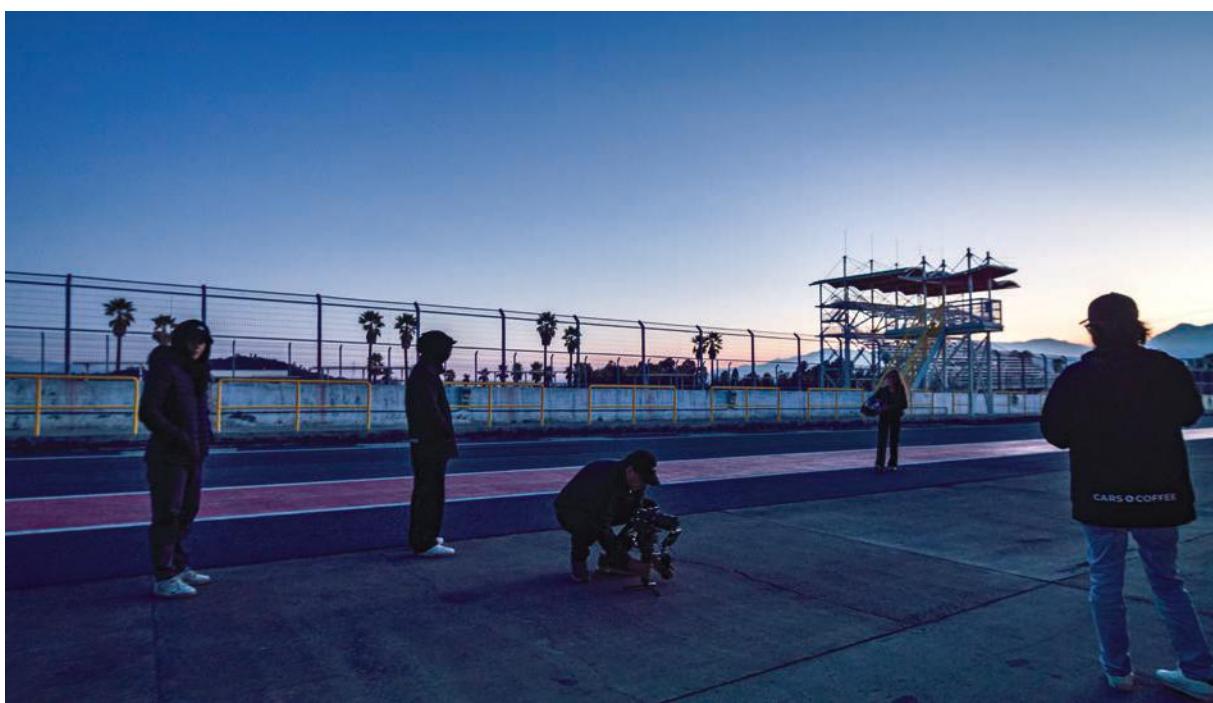
Además, recibió una mejora considerable en frenos, suspensión, elementos que en el GT eran ofrecidos como opcionales, junto con





una biela y cigüeñal tomados directamente del Shelby GT500.

En resumen, estamos frente a un auto con una performance envidiable, preparado



para la pista sin necesidad de llevar el emblema Shelby.

Un auto verdaderamente entretenido de manejar. Desde las distintas configuraciones

del tablero y luces interiores, a los diferentes modos de manejo, que entregan sensaciones distintas para cada momento y lugar.

Una auténtica fábrica de nubes, que también

te permite hacer donuts o drift, gracias a su freno de mano electrónico con función de derrape, y que te garantiza no pasar desapercibido en ningún lugar.

Tuvimos la oportunidad de conocer este muscle car más a fondo en su lanzamiento regional en São Paulo, Brasil, junto a otros medios e influencers de Chile y Latinoamérica. Todo bajo el provocador slogan #HastaQueSeallegal.

El escenario elegido fue el Autódromo Velo-cittá, a las afueras de São Paulo. Una pista con mucho desnivel y curvas cerradas, perfecta para aprovechar la tracción trasera del Dark Horse.

Con el Dark Horse, Ford sigue demostrando que va, o mejor dicho, conduce, por el camino correcto. Porque puede ser un camino desafiante, perfecto para un Bronco, una Raptor o Tremor, un camino acompañado, ideal para una Explorer o Expedition, o una pista de carreras, donde el Mustang destaca por sobre la competencia.

Ya decir verdad, rivales directos ya no tiene. Por lo tanto, está la pista libre y la libertad para hacer trompos, quemar neumáticos, o simplemente disfrutar del camino.

Motor con propósito: iniciativas de RSE que impulsan marcas automotrices



Desde la reforestación con Bosque Toyota hasta las experiencias formativas de Ferrari y las actividades educativas de Kaufmann, las marcas del rubro automotriz están demostrando que su compromiso va más allá de la velocidad: buscan generar un impacto positivo en las personas, la educación y el medioambiente.

Por Equipo Estilo Motor



Hoy, más que hablar solo de potencia, diseño o tecnología, las marcas también buscan acelerar en un terreno distinto: el de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. En Chile, varias compañías están dando ejemplo con proyectos que combinan innovación, conciencia ambiental y apoyo a la comunidad.

Aquí te presentamos algunas de esas iniciativas, pero como éstas hay muchas más, que esperamos seguir mostrando en próximas ediciones.

Iniciativas como Bosque Toyota, que pro-

mueve la reforestación y el cuidado del entorno; la invitación de Ferrari a los mejores alumnos de Ingeniería Mecánica del Duoc UC a conocer de cerca el trabajo de la marca italiana; y la celebración del Día de la Electromovilidad en el Colegio María Griselda Valle, con la participación de Kaufmann y otras empresas, reflejan una nueva manera de entender el negocio: con propósito, vínculo y compromiso social.

BOSQUE TOYOTA: SEMBRANDO FUTURO, UN ÁRBOL A LA VEZ

En tiempos donde la sostenibilidad dejó de

ser una opción para convertirse en una responsabilidad, Toyota Chile da pasos firmes. Prueba de ello es su iniciativa Bosque Toyota, un proyecto que reforesta la zona centro sur del país en alianza con Fundación Reforestemos. La meta es clara: contribuir a un Chile más verde y avanzar hacia la carbono neutralidad que el país se ha propuesto alcanzar para 2050.

Hasta la fecha, el Bosque Toyota ya suma más de 6.000 árboles nativos plantados, y cada nuevo vehículo híbrido vendido significa un árbol más en la tierra. De esta forma, la marca logra unir su liderazgo en electromovilidad con un impacto ambiental tangible.

FERRARI Y ASTARA LUXURY: INSPIRACIÓN Y APRENDIZAJE PARA LOS INGENIEROS DEL FUTURO

Ferrari Chile, representada por Astara Luxury, abrió durante este año las puertas de su showroom en Santiago a los mejores alumnos de Ingeniería Mecánica del Duoc UC, sede Puente Alto, en una jornada que combinó pasión, tecnología y formación.

El encuentro permitió a los estudiantes conocer de cerca el funcionamiento de una de las marcas más admiradas del planeta, con un recorrido que incluyó modelos emblemáticos como el 296 GTS y el 12Cilindri, además de una visita al exclusivo configurador Ferrari, donde los clientes personalizan sus vehículos antes de llegar al país.

Para Matías Cáceres, Gerente General de Astara Luxury, la actividad tiene un valor que trasciende lo académico: "Generar este tipo de instancias va directamente de la mano con incentivar a nunca dejar de soñar. Estar en contacto con una marca tan icónica como Ferrari es una fuente de inspiración para llegar más lejos y derribar barreras".

Desde el mundo educativo, Andrés Quiroz, director de la carrera de Ingeniería Mecánica del Duoc UC, valoró la experiencia como un verdadero reconocimiento al mérito y la excelencia: "Para nuestros alumnos, esta visita es un premio y una oportunidad para entender desde dentro el funcionamiento de una marca que ha marcado la historia del automóvil".

La jornada no solo fortaleció la relación entre la industria y la academia, sino que también dejó una huella profunda en los estudiantes, quienes vieron en Ferrari un ejemplo de innovación, disciplina y sueños alcanzables.

KAUFMANN IMPULSA LA EDUCACIÓN TÉCNICA EN EL DÍA DE LA ELECTROMOVILIDAD

Con el propósito de acercar la innovación a las nuevas generaciones, el Colegio María Griselda Valle celebró recientemente el Día de la Electromovilidad 2025, una jornada que



Nelson Gallardo y Ariel Jiménez.

reunió a empresas, instituciones educativas y autoridades locales bajo un mismo objetivo: difundir las oportunidades que ofrece el futuro de la movilidad eléctrica.

La actividad, organizada por el Departamento de Vinculación con el Medio del colegio, contó con la participación de Kaufmann y otras empresas como Alo Rental, Premium

Glass y Electude, además de instituciones como INACAP.

Durante la jornada, los asistentes pudieron participar en charlas técnicas, observar demostraciones de automóviles, camiones y maquinaria eléctrica y conocer de primera mano cómo estas tecnologías están transformando la industria automotriz e industrial.

Para Kaufmann, empresa que mantiene un estrecho vínculo con el colegio como centro de práctica para sus estudiantes, la jornada fue una oportunidad para fortalecer su compromiso con la formación técnica y la empleabilidad juvenil.

"Esta es una instancia muy bonita para nosotros. Creemos que la posibilidad que damos a los estudiantes de realizar sus prácticas es el puntapié inicial para su vida profesional", comentó Ariel Jiménez, Gerente de la Sucursal Santiago Norte de Kaufmann. "Queremos que esta etapa colaborativa con el colegio siga creciendo y consolidándose en el tiempo".

Iniciativas como esta demuestran que el avance hacia una movilidad más limpia también pasa por la educación: inspirar, formar y preparar a los jóvenes que liderarán el cambio hacia un futuro más sostenible.

Mercedes es Mercedes

En Mercedes-Benz cada detalle inspira desde el primer momento.



Seguridad y emoción en perfecta armonía.

Perfección y elegancia en cada detalle.

Potencia, precisión y comodidad.

KAUFMANN

VOLVO EX30 CROSS COUNTRY: Electrificación con espíritu aventurero



La primera vez que manejé un auto eléctrico de Volvo fue el C40 Recharge, en México. Era marzo de 2022 y se trataba de un hito para la marca escandinava: su primer modelo concebido desde su origen como 100% eléctrico. La sensación fue impresionante, y tres años más tarde, en un escenario completamente distinto, vuelvo a sorprenderme al conducir el Volvo EX30 Cross Country, la versión aventurera del SUV eléctrico más vendido en nuestro país.

Por Paola Leyton T.

Invitada por Volvo, llegué hasta su showroom en Vitacura para participar de un test drive del recién incorporado EX30 Cross Country, una versión del SUV compacto con una actitud claramente fuera del camino. El punto de partida fue la ciudad, con una primera jornada de ruta por autopista rumbo a la cordillera.

Desde el primer momento, el EX30 Cross Country me transmitió seguridad, firmeza y control. Su tamaño compacto engaña, porque el puesto de manejo es muy cómodo, y basta presionar el acelerador para sentir la respuesta inmediata de sus dos motores eléctricos, que trabajan de manera combinada para entregar 428 HP de potencia y un torque descomunal de 543 Nm. Además, cuenta con tracción en las cuatro ruedas, lo que se traduce en un desempeño sólido tanto en asfalto como fuera del camino.

La entrega de torque está programada para no liberarse de forma instantánea por razones de seguridad y eficiencia, pero en la práctica esa dosificación apenas se percibe, ya que la aceleración de 0 a 100 km/h ocurre en solo 3,7 segundos. El resultado es una sensación de ligereza y agilidad, perfecta para adelantar o enfrentar pendientes pronunciadas, tal como lo hicimos en la Cuesta Caracoles, camino a Portillo. En carretera, la estabilidad es impecable y el auto se siente plantado al asfalto, con un centro de gravedad bajo y una dirección precisa, fiel al sello Volvo Driving Experience.

Durante la ruta no solo estuve al mando del nuevo EX30 Cross Country, sino que también me tocó viajar en la segunda fila de pasajeros, donde el espacio es más angosto y alguien más alto o con mayores proporciones irá un tanto ajustado. Y si bien el techo panorámico contribuye a generar una sensación de amplitud, esta disminuye con la disposición de la ventana, que se enangosta en la parte trasera.

Mientras avanzábamos con la caravana hacia los Andes, el paisaje comenzó a cambiar gradualmente, dando paso del cemento a los cerros. Al llegar a destino, lo primero fue contemplar la postal que regala el Centro



de Ski Portillo, con el reflejo perfecto de la Laguna del Inca. Un imperdible para cualquier visitante.

TECNOLOGÍA QUE CONECTA Y DISEÑO PREPARADO PARA LA AVENTURA

Antes de comenzar el segundo tramo del

test, al día siguiente, tuve la oportunidad de conocer el punto de carga más alto de Chile, instalado por Volvo en el estacionamiento del Centro invernal, en plena cordillera. Sin duda, una declaración de principios por parte de la marca, que refuerza su compromiso con la electromovilidad y su masificación. Por fuera, el Volvo EX30 Cross Country cuenta con líneas robustas, protecciones y un des-

peje elevado de 190 mm que transmiten ese carácter aventurero. Por dentro, el diseño escandinavo se traduce en un minimalismo funcional, que incorpora materiales reciclados, texturas suaves y una atmósfera de calma. Desde el sistema multimedia con pantalla central de 12,3 pulgadas se controlan funciones como la climatización, el sistema de navegación e inclusive el ajuste de los espejos, lo cual, al menos para mí, resulta poco práctico al momento de instalarme en el puesto de manejo. Es una interfaz moderna y completa, aunque puede resultar un poco más compleja para quienes no están tan familiarizados con la tecnología.

EFICIENCIA REAL EN LA MONTAÑA

Ya en ruta en el segundo día de manejo, enfrentamos el descenso hacia el Parque Andino Juncal, donde el frenado regenerativo se robó el protagonismo. Lo configuré en su nivel más alto, y el resultado fue realmente sorprendente: tras recorrer cerca de 50 kilómetros, la autonomía pasó de 398 km (con 99% de batería) a 454 km (con 94%), demostrando que el EX30 recupera energía con inteligencia y una gestión eficaz.

El sistema se percibe natural, progresivo y cómodo para el día a día, permitiéndonos



una conducción que reduce la necesidad de usar el freno en descensos o en tráfico urbano, gracias a que con un pedal podemos acelerar y desacelerar.

Durante este camino, con ripio y tierra suelta, probamos también uno de los mayores aciertos del EX30 Cross Country, que es su suspensión. Está afinada para ofrecer un andar más confortable que deportivo, algo

que se agradece en trayectos largos o sobre caminos irregulares. En autopista transmite aplomo, y en curvas responde muy bien, sin balanceos incómodos. En caminos de tierra, se percibe una firmeza equilibrada, aunque los ocupantes traseros pueden sentir un poco más las imperfecciones del terreno. Ya de vuelta en Santiago, confirmamos por qué el Volvo EX30 Cross Country representa una nueva etapa para la marca y una redefinición del lujo: un lujo consciente, sustentable y conectado con las nuevas formas de moverse.



→ VOLVO EX30 CROSS COUNTRY



Motor: 2 electromotores

Batería: 69 kWh

Potencia y torque combinados: 428 HP / 543 Nm

Aceleración: 0 a 100 km/h en 3,7 segundos

Valor: Parte en \$49.900.000

Rodrigo Espinoza y el desafío de electrificar sin perder el propósito

Para hablar de autos eléctricos en Chile hay que hablar de Volvo, una de las marcas que, bajo el liderazgo de Rodrigo Espinoza, su Brand Manager, ha logrado avanzar hacia un futuro 100% eléctrico sin dejar atrás su esencia. Desde su experiencia personal manejando autos electrificados hasta la creación de proyectos como la Electro Ruta y la expansión de cargadores domiciliarios, Espinoza impulsa una transformación que no busca velocidad, sino propósito.

Por Paola Leyton T.

Ingeniero civil industrial y MBA de la Universidad Católica, Rodrigo Espinoza, Brand Manager de Volvo en Chile, ha construido una sólida carrera en el mundo automotriz. Su trayectoria comenzó en Jaguar Land Rover, donde permaneció doce años y pasó por cuatro cargos distintos hasta liderar la marca completa como importador y retail.

En marzo de 2022, aceptó el desafío de dirigir Volvo, en plena revolución eléctrica. Desde entonces, ha encabezado el cambio cultural, estratégico y operativo que convirtió a la firma sueca en una marca 100% electrificada en Chile.

UN CAMBIO DE ERA

Cuando Espinoza llegó a Volvo, la marca atravesaba un proceso doble: la integración bajo Inchcape y la transición total hacia la electromovilidad. “Fue un cambio profundo, tanto en la filosofía como en la estructura”, recuerda. “Había que reconfigurar la red de concesionarios, definir los productos adecuados, rediseñar los puntos de venta con los nuevos estándares globales y preparar al equipo para vender un concepto distinto”. Desde enero de 2025, ningún modelo de Volvo en Chile se vende sin enchufe: todos son híbridos enchufables o eléctricos puros. Y contra los pronósticos, los clientes res-



pondieron. “Hoy vendemos incluso un poco más que el año pasado”, destaca. “Muchos pensaban que la transición sería compleja, pero la gente está más dispuesta de lo que

creemos”.

Ese avance no ha sido azaroso. Volvo ha desarrollado tres estudios nacionales sobre electromovilidad, cuyos resultados se han

compartido abiertamente con toda la industria. “Para nosotros esto es una tarea colectiva. Si otra marca vende un auto eléctrico, también ganamos. Cuantos más actores empujen este cambio, mejor”, enfatiza Espinoza.

EL DESAFÍO DE CONVENCER

Transformar una marca es complejo, pero transformar una mentalidad lo es aún más. Rodrigo sabe que el primer paso para que la electromovilidad crezca en Chile es educar. “Vender un auto eléctrico no es lo mismo que vender uno a combustión. Requiere tiempo, conocimiento, y sobre todo, convicción. Por eso hemos invertido mucho en preparar a nuestro equipo y a la red de concesionarios”. También ha sido clave mantener una visión optimista frente a la desaceleración global del mercado eléctrico. “La electromovilidad no es una moda, es una necesidad. Es limpia, eficiente y económicamente más conveniente. Hoy, moverse en un auto eléctrico cuesta cerca de un cuarto que hacerlo en uno a combustión. Antes, la amortización del precio tardaba cinco años; ahora, en dos años y medio ya se compensa”.

Espinoza no duda: “las tecnologías que perduran son las que generan valor real al usuario y al entorno. Y esta lo hace en ambos”.

EX30: UN PUNTO DE INFLEXIÓN

El EX30 llegó a Chile hace poco más de un año y se transformó rápidamente en el auto eléctrico más vendido del país. Su éxito no solo radica en el diseño o la tecnología, sino en su precio: por primera vez, Volvo ofreció un auto eléctrico al valor de uno a combustión. “El EX30 nos permitió abrir la marca a nuevos clientes”, explica. “El 80% de quienes compraron este modelo no venían de Volvo. Eso nos habla de un cambio real: personas que soñaban con tener un Volvo ahora pueden hacerlo, y además eléctrico”.

Aunque el mercado local aún carece de incentivos estatales fuertes -lo único tangible es una disminución gradual del permiso de circulación-, Volvo ha decidido liderar por



convicción. “Hemos impulsado nuestra propia red de carga domiciliaria, y hoy cerca del 50% de los cargadores inscritos en la SEC pertenecen a nuestros clientes. Esa es una señal clara de compromiso”, agrega.

El crecimiento de Volvo no se concentra solo en Santiago. Rodrigo Espinoza destaca el desarrollo de una red robusta de concesionarios regionales, con aperturas recientes en Osorno y Cón Cón, y próximamente en Antofagasta, Puerto Montt y Punta Arenas. “Queremos que la electromovilidad llegue a todas partes. En regiones hay grandes oportunidades: las distancias son mayores, pero también hay más viviendas con acceso a carga domiciliaria. Ciudades como Concepción son un ejemplo; hoy están entre los líderes en ventas de autos premium”, señala. Respecto a lo que viene para el futuro Rodrigo nos cuenta, “nuestro desafío es consolidar la red, fortalecer la marca en regiones y seguir creciendo con propósito. La seguridad siempre ha sido nuestro sello; hoy, esa misma seguridad es la que le da confianza a las personas para subirse a la electromovilidad”.

LOS EMBAJADORES DE LA NUEVA ERA VOLVO

SOLEDAD ONETTO

Periodista y rostro de televisión, es la embajadora tecnológica de Volvo. Representa la credibilidad y la conexión con la innovación. Posee dos autos de la marca, uno híbrido enchufable y uno eléctrico, reflejando el equilibrio entre eficiencia y versatilidad. Su rol ha sido clave para educar sobre electromovilidad y derribar mitos.

BENJAMÍN VALENZUELA

Ingeniero comercial, fotógrafo y explorador, encarna el espíritu ambientalista de Volvo. Junto a la marca, recorrió los 46 parques nacionales de Chile en autos eléctricos en el proyecto “Electro Ruta”. En 2026 iniciará una nueva travesía por las reservas naturales del país, siempre al volante de un Volvo EX30 Cross Country.

CARLOS DÍAZ

Actor y cliente histórico de la marca, suma más de ocho Volvos en su historia personal. Su incorporación como embajador aportó un toque más lúdico y emocional a la comunicación de la marca, ayudando a conectar con nuevas audiencias sin perder autenticidad.

LOS VERDADEROS EMBAJADORES

Más allá de los rostros, Espinoza es claro: “nuestros principales embajadores son los propios clientes. Según nuestro último estudio con Cadem, el 96% de los usuarios de autos eléctricos recomendaría esta tecnología. Ellos son los mayores promotores de la electromovilidad”.

GOLDEN WHEEL:

donde late la emoción del mercado automotor chileno



En el mundo del motor, los números cuentan historias. Detrás de cada cifra de venta hay una estrategia brillante, un equipo apasionado y un conductor que eligió ese modelo por sobre todos los demás. Y es precisamente ahí, en ese punto donde la elección se convierte en éxito, donde nacen los premios Golden Wheel, el premio que reconoce a los verdaderos protagonistas del mercado automotor chileno.

Por Equipo Estilo Motor

Organizado por MotorFem, Estilo Motor y amplificado por Radio Biobío, BiobíoTV y su plataforma digital, los premios Golden Wheel llegan para celebrar el talento, la innovación

y el trabajo que hay detrás de cada modelo que conquista las calles del país. Con el patrocinio de ANAC —Asociación Nacional Automotriz de Chile—, este reconocimiento se construye sobre una base sólida y transparente, las cifras oficiales de ventas del año.

Porque aquí no hay percepciones ni preferencias, hay datos. Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025, los números hablarán por sí solos. Ellos determinarán los Top 5 más vendidos en las principales categorías del mercado: Pasajeros, SUV, Camionetas, Co-



El Suzuki Baleno HB es el vehículo de pasajeros más vendido hasta la fecha.



merciales, Híbridos y Eléctricos (enchufables y no enchufables). Cada uno de estos modelos representa un capítulo distinto del mismo relato, el de una industria que no se detiene, que evoluciona, que apuesta por la tecnología y por el cambio.

Pero los premios Golden Wheel no sólo miran los motores, también celebran a las perso-

nas que los impulsan. Por eso, dentro de esta premiación brillará con luz propia el reconocimiento “Espíritu MotorFem”, un galardón que destacará a una mujer líder dentro del ecosistema automotor. Una profesional que haya marcado la diferencia con su visión, compromiso e influencia en un entorno históricamente dominado por hombres. Las nominadas serán elegidas por un panel compuesto



por integrantes de MotorFem, Estilo Motor, representantes de Biobío, BiobíoTV y ANAC, quienes seleccionarán a la ganadora de entre todas las candidatas que encarnan ese espíritu de energía, talento y transformación.

Los Golden Wheel no son sólo un trofeo, es una declaración. Una manera de decir que el esfuerzo importa, que los resultados se celebran y que el liderazgo, en todas sus formas, merece ser visto. Es una vitrina de excelencia, donde convergen marcas, distribuidores, medios y consumidores en torno a una pasión común, la de mover a Chile hacia adelante.

En su primera edición, este premio busca reconocer, visibilizar y celebrar a quienes han hecho la diferencia, desde el showroom hasta la carretera, desde la estrategia hasta el volante.

Nuestra visión es clara, convertir a los Golden Wheel en el premio automotor más relevante del país. Un hito anual que inspire orgullo, impulse la excelencia y fortalezca los lazos entre las marcas, los medios y el público. Una fiesta de logros y talento donde las cifras son sólo el punto de partida, y el verdadero motor es la pasión.

Los Golden Wheel son más que una premiación, son un reflejo del pulso automotor chileno. Un reconocimiento a quienes no sólo mueven autos, sino también emociones, historias y sueños sobre ruedas.

¡Nos vemos el próximo 18 de marzo!

Energía 100% coreana.

The all-new INSTER.



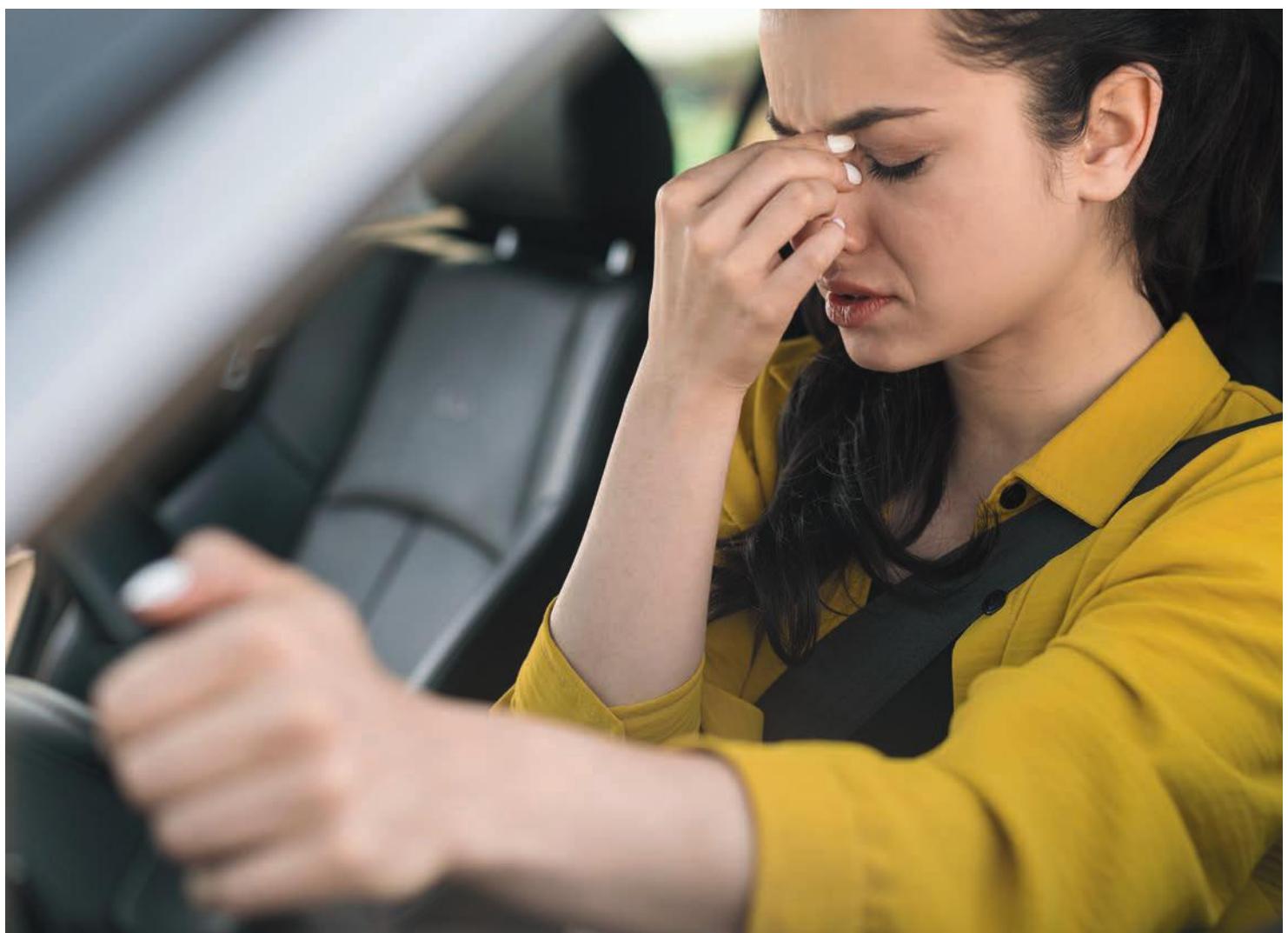
Cargador domiciliario.

2 años o 4.800 kWh de carga
gratuita con Voltex (lo que ocurra primero).

AMAXOFOBIA, cuando el miedo toma el volante

Para muchas personas, ponerse al volante no significa independencia ni destreza, sino ansiedad y miedo. A través de testimonios reales y la visión de especialistas, exploramos la amaxofobia, un trastorno que afecta a miles —principalmente mujeres— y cómo proyectos como Mujeres al Volante están ayudando a transformar el temor en confianza y libertad.

Por Paola Leyton T.



FREEPICK

Lo que para muchos se da de forma natural y placentera como la conducción, para una parte de la población puede ser una verdadera tortura. Y es que el miedo a conducir es real, se llama amaxofobia y, de acuerdo con estudios internacionales —y uno en particular de la Fundación Española CEA—, podría afectar a más del 30% de los conductores, siendo este miedo más frecuente en mujeres, alcanzando un 55% frente a un 45% de hombres.

Si bien en Chile no existen cifras oficiales de este trastorno de ansiedad denominado amaxofobia, según la doctora Katherina Llanos, psiquiatra de Clínica Las Condes, entre el 6% y el 12% de la población general puede estar afectada por este tipo de fobia, y casi el 30% de los conductores podría presentarla alguna vez en su vida.

Desde el Automóvil Club de Chile nos comentan que no tienen cifras específicas sobre esta condición, porque muchas personas con amaxofobia no están dispuestas a reconocer su miedo y por otra parte, hay un 10% de personas que nunca van a aprender a conducir y dentro de ese porcentaje lo más probable es que haya un grupo de personas que tenga este trastorno de ansiedad al conducir.

Aunque la amaxofobia es más frecuente en mujeres que en hombres, según explica la Dra. Llanos, igualmente afecta a ambos sexos. “En el caso de los hombres, suele ser más difícil que reconozcan que tienen esta dificultad, a diferencia de las mujeres”, aclara la especialista.

MIEDO EN PRIMERA PERSONA

Para Sylvia Vera, el miedo apareció de forma silenciosa, disfrazado de excusas razonables. “En mi casa no teníamos auto, así que nunca fue algo natural conducir. Cuando mi mamá me ofreció uno, simplemente dije que no me interesaba”, recuerda. Lo que parecía una decisión práctica —“prefería carretear a preocuparme de manejar”— se fue transformando con los años en una sensación más



Luly Dietrich, fundadora de Mujeres al Volante.

profunda: el miedo a perder el control. “Siempre sentí que si manejaba podía hacerle daño a alguien. Me transpiran las manos, me paraliza la idea de cometer un error, de equivocarme de pedal. Aprobé el curso práctico, pero fallé por un punto en el teórico y eso fue suficiente para decirme ‘no sirvo para esto’”.

Hoy, con casi cuarenta años, Sylvia reconoce que ha intentado enfrentar esa sensación más de una vez. Tomó clases con instructoras mujeres, practicó en días de poco tráfico, volvió a sentir la satisfacción de avanzar. Pero cuando el tránsito se pone muy denso, cuando una moto pasa cerca o una bocina la apura, todo regresa. “Respeto demasiado la vida de los demás—dice—

y mi miedo siempre tiene que ver con eso, con la posibilidad de hacer daño”.

En el caso de Amanda Ferrada, una joven universitaria, el miedo tiene una fecha marcada. A los quince años sufrió un accidente de cuatrimoto en el que una amiga casi pierde la vida. “Desde ese momento me empezó a dar miedo la velocidad, pero aún podía manejar”, recuerda. Años más tarde, su madre sufrió un grave accidente de auto: el vehículo se volcó y ella se quebró varias costillas. “Ahí el auto dejó de ser un lugar seguro. Cada vez que viajaba de copiloto con alguien que manejaba rápido me desesperaba. Si intentaba manejar, el miedo me hacía llorar. Tenía que bajarme”.



Doctora Katherina Llanos,
psiquiatra de Clínica
Las Condes.

La Dra. Llanos explica que este tipo de síntomas son frecuentes en personas con amaxofobia y que lo importante es aprender a reconocerlos: "Como todo trastorno fóbico, puede producirse por efectos de trauma, ya sea por presenciar accidentes de tráfico o haber estado involucrado en uno. También puede deberse a sufrir otros trastornos de ansiedad durante la conducción —por ejemplo, tener una crisis de pánico manejando—, lo que hace que el 26% de las personas queden con miedo a conducir. Además, existe ansiedad relacionada con el comportamiento de otros conductores, lo que corresponde aproximadamente al 20% de los casos".

El tratamiento suele incluir un enfoque cognitivo-conductual. Además, es fundamental trabajar la pericia de conducción del paciente que consulta por este trastorno.

Sylvia dice que no ha renunciado del todo: "No quiero comprar un auto, pero sí quiero aprender. No quiero que el miedo me gane. Me ha costado más enfrentar esto que cualquier examen o posgrado".

Y en esa frase, entre la vulnerabilidad y la determinación, se resume el desafío de tantas mujeres que hoy intentan volver a tomar el volante y vencer el miedo que les impide avanzar.

CONSECUENCIAS DE LA AMAXOFOBIA

Las consecuencias de la amaxofobia pueden parecer invisibles, pero impactan profundamente la vida cotidiana. En el caso de Antonia, el temor a perder el control se tradujo en un cambio de hábitos: evita viajar con conductores desconocidos, ha tenido episodios de ansiedad y aunque vive en una ciudad con buen transporte público, siente que su libertad está condicionada.

"Al principio no me subía a autos con gente que no conocía porque me daban ganas de llorar. Ahora respiro y trato de mantener la calma, pero si puedo evitarlo, lo hago", reconoce. Como muchos, no ha buscado ayuda profesional porque no planea sacar la licencia, una decisión que retrasa —sin quererlo— su autonomía. Su reflexión final sintetiza lo que muchos sienten y pocos se atreven a



FREEPIK

decir: "El miedo es real y no debería ser ridiculizado. La gente debería ser más empática y comprensiva con quienes tienen miedo a manejar".

Rodrigo Campos, director de la Escuela de Conductores Prodriving, ha sido testigo de esta realidad desde el terreno. En su academia, calcula que, por cada seis alumnos con amaxofobia, cuatro son mujeres y dos

hombres, y recuerda un caso emblemático: el de una doctora que vivía en Las Condes y se trasladaba cada día en Uber hasta su trabajo en San Bernardo, pese a tener tres autos en casa. "Ella llegó decidida a enfrentar su miedo junto a su marido. Trabajamos tanto las habilidades blandas como las técnicas, y poco a poco fue recuperando la confianza", cuenta. El proceso culminó con una escena



impensada meses antes: la doctora, al volante de su propio auto, conduciendo con calma —y hasta con placer— en un autódromo. “Ese día no solo venció su miedo a manejar, venció algo más profundo: la idea de que no podía”, agrega Campos.

MUJERES AL VOLANTE, MANEJANDO TU MIEDO

En un mundo donde el automóvil es sinónimo de independencia, Mujeres al Volante ha logrado convertir el miedo en motor de cambio. Se trata de una comunidad de mujeres en Argentina que surgió en 2009 creada por Luly Dietrich como un pequeño proyecto dentro del grupo familiar—una histórica empresa automotriz—y con el tiempo se transformó en una comunidad continental, inclusive en Chile, que inspira, educa y acompaña a miles de mujeres a reconectarse con la conducción y con su propia autonomía.

“Cuando empezamos, nos dimos cuenta que muchas mujeres tenían licencia, pero no manejaban”, recuerda su fundadora. “Investiga-

mos y la emoción que más las frenaba era el miedo. Y ese miedo había que transformarlo”. Así nació el programa “Maneja tu Miedo”, una propuesta que combina herramientas emocionales y técnicas para abordar la amaxofobia desde una mirada integral. A través de talleres presenciales y online, Luly y su equipo trabajan la energía del miedo mediante ejercicios de respiración, mindfulness, programación neurolingüística y entrenamiento en manejo seguro. Las participantes comienzan en espacios protegidos, luego avanzan a simuladores y finalmente se enfrentan al tránsito real, acompañadas por instructoras y escuelas asociadas. “No se trata solo de enseñar a conducir —explica Dietrich—, sino de enseñar a manejar la vida misma. Cuando una mujer vence el miedo al volante, también se anima a tomar otras decisiones que había postergado”.

El impacto del programa ha sido profundo. Muchas alumnas se convirtieron en las primeras mujeres conductoras de sus familias, otras encontraron en la movilidad una nueva fuente de ingresos, y todas, sin excepción, descubrieron una forma distinta de confianza. Hoy la comunidad, que en Instagram suma más de 350 mil seguidoras, cuenta con más de un 98% de mujeres y crece con fuerza en toda Latinoamérica, donde cada vez más seguidoras se suman a sus contenidos educativos, talleres y cápsulas motivacionales. Al pedirle un consejo a Luly para quienes no se atreven a manejar por miedo dice que “lo más importante es aprender a silenciar la cabeza. Siempre que hay una emoción negativa como el miedo, la culpa o la inseguridad, está potenciada por nuestros pensamientos. Entonces, cuando vas a subirte al auto y tu mente empieza a decir no sé si voy a poder, o ¿y si choco?, lo primero es callar esa voz”. Su propuesta es sencilla y poderosa: respirar profundo, inhalar y exhalar por la nariz, sentir el cuerpo y comenzar de a poco. “El primer ejercicio —dice— es sentarte en el auto. Solo eso. El segundo, pedirle a alguien que te dé tranquilidad y te acompañe. A medida que vas ganando conocimiento y seguridad, vas a poder hacer ese primer recorrido sola”.

Para Luly, el miedo no se analiza, se transforma. “El miedo es una energía —explica—, y con las herramientas adecuadas se disuelve”. En su comunidad, miles de mujeres ya lo han comprobado. A través de talleres presenciales y cursos online, Mujeres al Volante se ha convertido en una red de apoyo y crecimiento personal, un espacio donde aprender a manejar también



Sylvia Vera, una de las mujeres que da su testimonio.

significa aprender a confiar. “Yo siempre invito a hacerse una pregunta clave: ¿qué lograría si no tuviese miedo?”, reflexiona. “Cuando una se atreve a responderla, empieza el verdadero viaje: el de volver a sentirse al volante del propio auto y, sobre todo, al volante de la propia vida”.



“CORAZÓN AMG: ingeniería y pasión alemana”

Si el automovilismo tuviera una saga épica, el capítulo de Mercedes-AMG sería de esos que se leen con olor a gasolina, vibran con adrenalina y suenan como una sinfonía perfectamente afinada de motores al límite. Es una historia donde la precisión alemana se mezcla con la pasión más desbordante, una historia de dos hombres que decidieron desafiar lo establecido y, sin saberlo, fundaron una leyenda que hoy late en cada curva del planeta.

Por Ángeles Gana



Todo comenzó en 1967, en una pequeña casa en Großaspach, Alemania. Allí, dos ingenieros, Hans Werner Aufrecht y Erhard Melcher, decidieron seguir su propio camino cuando Daimler-Benz se retiró de las competencias. En vez de bajar los brazos, ellos aceleraron. Desde ese garaje improvisado nació AMG, bautizada con las iniciales de sus apellidos y la "G" de su pueblo natal. Lo que tenían no era dinero ni infraestructura, pero sí una obsesión, llevar el rendimiento de competición a la calle y demostrar que un Mercedes podía ser mucho más que un auto rápido; podía ser un auto con alma. El primer gran hito llegó en 1971. El 300 SEL 6.8



CARS&COFFEE CHILE

AMG, apodado con cariño y asombro el Cerdo Rojo, se presentó en las 24 Horas de Spa-Francorchamps. A simple vista, era un enorme sedán, casi fuera de lugar en una pista dominada por autos de competición. Pero ese "monstruo" rugió como ningún otro y terminó ganando su categoría y logrando un segundo

puesto general. Ese triunfo inesperado marcó el nacimiento oficial de la leyenda AMG y dejó claro su propósito, romper moldes, desafiar gigantes y convertir la ingeniería alemana en pura emoción.

Durante los años setenta y ochenta, AMG se convirtió en un nombre de culto. Sus prepa-

raciones eran tan salvajes como sofisticadas. Eran los rebeldes del garaje, los alquimistas del torque, capaces de transformar un elegante Mercedes en una bestia descomunal. En 1986, el mundo conoció The Hammer, un sedán que alcanzaba los 300 km/h y que redefinió el concepto de auto deportivo de lujo. AMG ya no era sólo un taller, era una declaración de intenciones.

El gran salto llegó en 1990, cuando Daimler-Benz decidió oficializar la relación. AMG pasó de ser el preparador independiente más famoso del mundo a convertirse en socio oficial de Mercedes-Benz. Luego, en 1999, la marca principal compró la mayoría de la compañía, y en 2005 se integró completamente bajo el nombre Mercedes-AMG GmbH. Lo que había comenzado en un garaje de pueblo se transformó en el corazón del rendimiento alemán.

UN HOMBRE, UN MOTOR

Pero hay algo que ni el crecimiento ni la fama cambiaron..su filosofía artesanal. En la era de la automatización, AMG sigue construyendo sus motores a mano, uno por uno, en su sede de Affalterbach. Cada propulsor lleva el sello “One Man, One Engine”, un sólo técnico se encarga de ensamblarlo de principio a fin y estampa su firma en una placa metálica al terminar. No es un simple detalle, es un acto de orgullo, una forma de decir “yo di vida a este corazón mecánico”. Y ese corazón, ese Herz aus Benzin, corazón de gasolina, es el alma de cada AMG.

En Chile, Kaufmann ha sido la encargada de acercar esa herencia automotriz a los entusiastas locales. Modelos como el Mercedes-AMG C 63 SE Performance o el C 43 son ejemplos de cómo la marca combina poder brutal, tecnología avanzada y una elegancia que nunca pasa desapercibida. Porque manejar un AMG no es sólo conducir, es sentir. Es escuchar el rugido del escape, sentir la vibración del motor, esa conexión casi primiva entre el conductor y la máquina. Es un ritual.

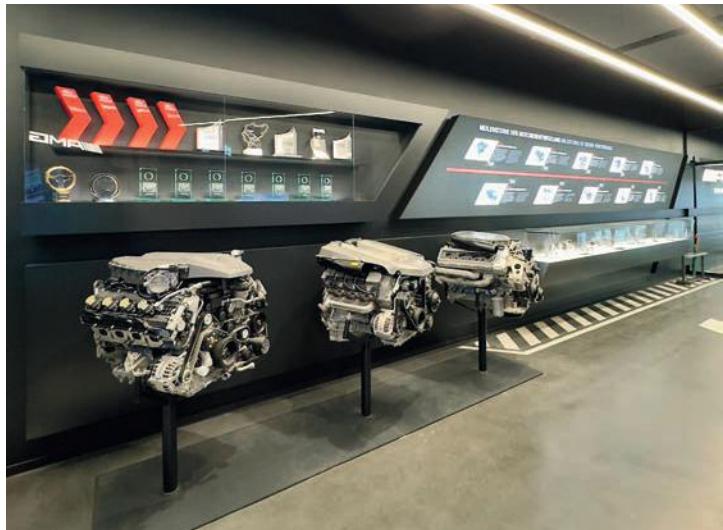
Y mientras algunos podrían pensar que el



futuro eléctrico pone en riesgo esa emoción, AMG está demostrando lo contrario. La marca vive una metamorfosis fascinante. Está desarrollando su propia plataforma eléctrica, la AMG.EA, con tecnología de motores de flujo axial creada junto a YASA Ltd., una joya de la ingeniería británica. La promesa, una nueva generación de deportivos que aceleren sin

ruido, pero con la misma intensidad emocional de siempre.

Los legendarios V8 biturbo no desaparecerán, sólo evolucionarán. AMG ya trabaja en sistemas híbridos que combinan la potencia de combustión con la inmediatez eléctrica, como el AMG C 63 SE Performance, que entrega más de 680 hp con un motor de cuatro cilindros



electrificado. Para el 2026, se esperan nuevos propulsores de seis cilindros híbridos que prometen mantener la potencia con conciencia ecológica. Y esto es sólo el principio. El plan maestro de AMG apunta a su mayor ofensiva de lanzamientos en 2027, con proyectos identificados como C591 y W244, que anticipan un futuro

donde la herencia se fusiona con la vanguardia tecnológica.

Porque al final del día, AMG no fabrica autos, crea experiencias vivas. Cada modelo es una pieza de colección con alma propia. Cada aceleración es una conversación entre el pasado y el futuro. Desde el garaje de Großaspach hasta los circuitos más exigentes del planeta,

Mercedes-AMG ha demostrado que la excelencia no evoluciona, se perfecciona. El corazón de AMG late distinto. Late con el pulso del asfalto, con el rugido de la historia y con la promesa inquebrantable de que el placer de conducir nunca se apaga, sólo cambia de tono. Ese es, y seguirá siendo, el verdadero Herz aus Benzin.

RODRIGO GUENDELMAN:

el hombre que le devolvió el amor a Santiago



Periodista, conductor radial y caminante incansable, Rodrigo Guendelman lleva más de una década mostrando el lado amable —y muchas veces desconocido— de Santiago. Desde su tribuna en radio, redes y prensa, ha logrado que miles vuelvan a mirar la ciudad con cariño. Esta es la historia de cómo un “adicto” a su ciudad convirtió la pasión por las calles en un movimiento urbano lleno de optimismo.

Por Ángeles Gana



Por años, Rodrigo Guendelman ha recorrido cada rincón de Santiago con una mezcla de curiosidad, cariño y tozudez contagiosa. Lo suyo no partió como una cruzada urbana, ni mucho menos como un plan de marketing. Simplemente fue un periodista que un día decidió mirar su ciudad con otros ojos, y compartirla con todos los amantes y no tan amantes de la ciudad.

Hoy, casi quince años después de haber publicado su primera foto bajo el hashtag #SantiagoAdicto, su comunidad supera los 700 mil seguidores en Instagram. “Fue todo muy orgánico”, dice. “Nada de publicidad, nada comprado. Sólo constancia y amor por la ciudad. Quince años posteando tres contenidos diarios, caminando por todas partes... no hay fórmula más mágica que esa”.

DE LA MÚSICA A LAS CALLES

Rodrigo no siempre soñó con ser periodista. “No tenía esa vocación desde chico, para nada”, recuerda riendo. “Era humanista, sí, pero terminé en Derecho porque parecía más ‘serio’ para mi papá, que era ingeniero estructural con doctorado en Berkeley”. Pero el Derecho no duró mucho. “Lo odié. Así que me cambié a Periodismo y ahí encontré algo que me encantó. Era una carrera entretenida, libre, con mucho espacio para la creatividad”. Su primer amor profesional fue la música. Crítico en revistas como Blank o Extravaganza, y luego comentarista en La Radio Zero, se acostumbró a vivir entre discos, conciertos y entrevistas. “Estuve años hablando de música. Iba a todos los shows posibles, comen-

taba discos... en esa época todavía existían los discos”, dice con una sonrisa nostálgica. Pero su historia dio un giro. Cuando su familia cerró una pequeña sastrería heredada de su abuelo, Rodrigo comenzó a mirar la ciudad desde otro lugar. “Empecé a caminar, a descubrir el arte público, las esculturas, los rincones olvidados. Fue súper natural”.

ASÍ NACIÓ SANTIAGO ADICTO

A fines de los 2000, Twitter bullía de gente que descargaba su rabia contra Santiago y que usaban #Satiasco. “Veía tanto odio que me dio por contradecirlos. Empecé a usar el hashtag #SantiagoAdicto cuando mostraba algo lindo. Era como decir: ‘oye, miren que sí hay cosas buenas’. Y un día, en 2011, publiqué

una columna en La Tercera que se llamaba Santiago Adicto. Cuando la vi en papel, fue como una señal. Abrí una cuenta en Twitter y después en Instagram... y no paré más”.

El proyecto creció lento, pero firme. “Hoy hay cientos de cuentas que hablan de la ciudad, y eso me encanta. Pero en ese tiempo no había nada. Era como estar solo en el desierto”.

Lo que comenzó como un hobby se transformó en su vocación definitiva. “Soy optimista. La generación sub-40 tiene otro vínculo con Santiago. Suben los cerros, conocen los barrios, se sienten parte de la ciudad. Mi generación vivió un Santiago más gris, más pobre, en dictadura. Pero eso cambió mucho. Hoy la ciudad está más limpia, más viva, más nuestra”.

LO QUE ENAMORA (Y LO QUE DUELE)

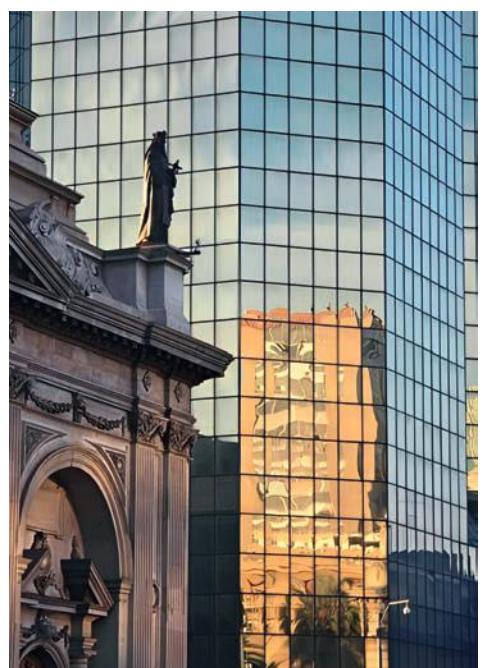
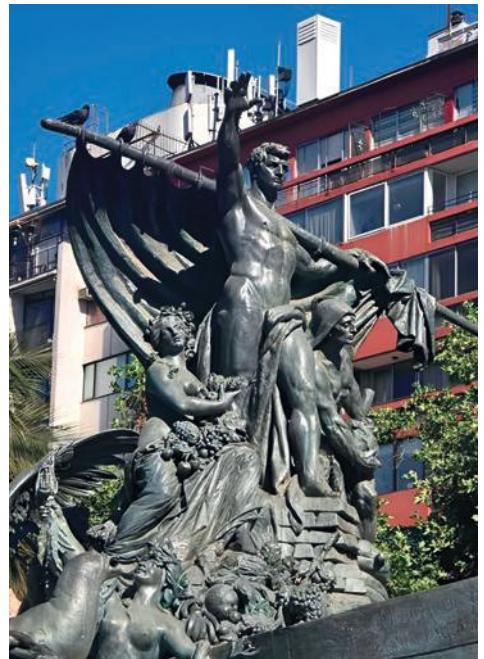
Cuando le pregunto qué es lo que más lo enamora de Santiago, no duda: la geografía. “Tenemos 26 cerros-isla, algo único en una metrópolis de ocho millones de habitantes. Desde la Plaza de Armas se puede ver el Plomo, a más de 5.400 metros. Eso no existe en ninguna otra capital del mundo”.

Pero no todo es postal. “Lo más triste es la segregación. Comunas con nivel europeo y otras que parecen del tercer mundo. Hay gente que aún no tiene un banco, una notaría o un registro civil cerca. Eso es brutal. El gran desafío de Santiago es romper esa brecha, que el Estado y los privados lleguen a todos los barrios”.

LA RADIO, SU CASA NATURAL

Después de pasar por prensa, televisión y redes, Rodrigo lo tiene clarísimo: “La radio es el medio más extraordinario que existe. Te permite conversar con tiempo, desarrollar ideas, conocer a las personas. En televisión todo es corto y comprimido, en la prensa no puedes extenderse tanto. En radio puedes hablar 40 minutos con alguien y aprender de verdad”.

Hoy conduce Santiago Adicto en Radio Duna, de lunes a viernes a las 14:00, además de



mantener su clásica columna en La Tercera. También lidera Chile Adicto Hoteles, una guía de los mejores hoteles destino del país que ya tiene versión impresa y digital. Y pronto lanzará la web SantiagoAdicto.cl, una guía de lugares, parques, cerros y restaurantes recomendados por él mismo. “Va a ser una especie de mapa vivo de Santiago. Un proyecto que me tiene muy entusiasmado”.

TOP 3 SANTIAGO

Cuando le pido un top 3 para un turista, responde sin titubear: “El Barrio Cívico, el Cementerio General y un cerro. Pararte frente a La Moneda, recorrer el Centro Cultural, cruzar hacia el eje Bulnes y terminar en el Parque Almagro... eso te muestra la esencia cívica de la ciudad. Luego ir al Museo Preco-



lombino, que es una joya mundial. Y después subir algún cerro para ver el atardecer. Ahí entiendes Santiago”.

UN EMBAJADOR CON HISTORIA

En medio de sus caminatas urbanas, Rodrigo también tiene otra pasión: los autos. Desde hace más de siete años es embajador de Toyota, un rol que, según él, nació de una historia muy personal. “Yo me acerqué a ellos. Les dije, soy toyotero de corazón. Tengo una 4Runner del 2007 que todavía está en mi casa. El auto de mi señora es Toyota, el mío también. Hasta le regalé un Toyota a mi mujer como anillo de compromiso”, cuenta entre risas.

¿Un auto en vez de anillo? “Sí. Pensé, ¿para qué gastar en un anillo si puedo regalarle

un auto nuevo? Así que le compré un Corolla Sport como regalo de compromiso. Fue en 2006, y todavía se acuerda”.

Hoy maneja un Toyota Corolla Cross Híbrido, color azul oscuro. “Es exquisito. Sustentable, seguro, económico. Lo lleno con 40 mil pesos cada dos semanas. Y el sistema Toyota Safety Sense es increíble. Me ha salvado más de una vez. De verdad, si todos los autos del mundo tuvieran ese sistema, los accidentes se reducirían en un 90%”.

EL COLECCIONISTA DE RINCONES SANTIAGUINOS

Antes colecciónaba discos, tiene más de 4.500, pero ahora colecciona experiencias. “Caminar, conocer, observar. Ese es mi hobby hoy. Y también los libros. Tengo cientos

sobre arquitectura, arte y urbanismo. Ya no compro vinilos, compro libros y caminatas”, dice riendo.

En su casa, junto a su esposa y sus dos hijos, Rafaela, de 16, y Benjamín, de 13, equilibra la vida familiar con su pasión por comunicar. “Estoy haciendo lo que me gusta. Si en diez años sigo en la radio y sigo contagiendo amor por Santiago, me doy por pagado”.

Y mientras prepara nuevos proyectos, como su incursión en TikTok, “para hablarle a una generación más joven”, mantiene el foco claro. “Quiero que más santiaguinos quieran su ciudad. A veces me dicen que tengo muchos seguidores, pero con ocho millones de habitantes, eso es menos del 10%. Falta mucho por mostrar. Santiago tiene tanto que ofrecer... sólo hay que aprender a mirarlo distinto”.

Dos extremos, un mismo pulso: así se viven la Santa Fe y el INSTER

Cuando abrí la Santa Fe por primera vez me recibió esa sensación clásica de SUV familiar, espacio, presencia y un olor a nuevo que siempre me hace sonreír. La versión que probé traía el motor 2.5, ese bloque que Hyundai promociona con potencia sólida, y con tracción total disponible. En la ficha técnica se anuncia un 2.5 turbo para la versión tope de línea, con alrededor de 277 hp y modos de manejo (Eco, Comfort, Sport) además de modos de terreno (Barro, Arena, Nieve). Eso se traduce en que la Santa Fe está pensada tanto para la ciudad como para la escapada de fin de semana.

Con la llave en el bolsillo, el arranque la Santa Fe es discreto, no es el bramido deportivo de un hot hatch, pero sí la promesa de que hay músculo cuando lo necesitas. En ciudad la postura de manejo es cómoda, con buena visibilidad hacia adelante y esa sensación de “no me van a achicar” en el tráfico. El peso de la Santa Fe, filtra los baches mejor que SUVs compactos; la suspensión está orientada al confort y eso se agradece en calles pesadas o empedradas, clásicas de Santiago. En modo Sport la dirección se vuelve más comunicativa y empuja con decisión, es más que suficiente para adelantar sin drama en carreteras de dos pistas. Tiene una aceleración progresiva y muy firme, alcanzando buena velocidad sin inconveniente y sin sentirse, siquiera.

La Santa Fe se siente completa. El sistema de infoentretenimiento responde con rapidez, la climatización es potente (bendito climatizador bizona) y los asientos, en la



Del lujo espacioso de la Santa Fe al encanto eléctrico del INSTER, Hyundai demuestra que puede moverse entre el confort familiar y la revolución urbana sin perder estilo. Dos autos, dos personalidades, un mismo sello. Manejar ambos fue como pasar del silencio simple al rugido cómodo, una experiencia que muestra hasta dónde puede llegar la marca cuando piensa tanto en la familia como en la ciudad moderna.

Por Ángeles Gana / Fotografía: Andrés Poehler



versión tope, abrazan con calefacción y regulación eléctrica que te ayudan a encontrar la postura ideal. El tapiz es algo que me cautivó a primera vista, me encantó esa mezcla de texturas y diseño escocés. La tercera corrida de asientos la vuelve una opción coherente para familias; el maletero, con las plazas abatidas, pasa a ser generoso y práctico para viajes. En resumen, un diseño pensado para la vida real, con toques premium que justifican su posición en la gama.

Ahora crucemos al otro extremo, el Hyundai INSTER, el city-SUV 100% eléctrico que llegó para reconfigurar la mirada urbana. Es compacto, atrevido y claramente diseñado para moverse en la ciudad con estilo y sin emisiones. Hyundai lo presenta como un eléctrico urbano con buena autonomía para su segmento y fue premiado en certámenes internacionales, lo que le da un plus de credibilidad. Conuerdo con Hyundai, cuando lo presentan como un SUV urbano 100% eléctrico, pensado para quienes buscan diseño y practicidad. Porque después de manejarlo me pareció muy entretenido, súper manejable y estéticamente un dulce, sus ojos me encantaron, es un tierno.

Manejar el INSTER es otra cosa, silencio absoluto al arrancar, respuesta inmediata del motor eléctrico y una ligereza en el tacto que te hace jugar con la ciudad. La entrega instantánea de torque hace que salir en pendiente o incorporarse a avenidas sea cómodo y seguro. Probé un recorrido mixto (calle céntrica, autopista y algo de ruta) y la sensación fue de una conducción ágil y despreocupada, el tren motriz eléctrico se comporta como

HYUNDAI SANTA FE



Motor: 2.5 y 2.5 turbo dependiendo de la versión

Potencia: 191 a 277 hp / 246 a 422 nm

Equipamiento: 3 corridas de asientos, 6 airbags y múltiples asistencias a la conducción

Precio: \$32.190.000



INSTER



Motor: eléctrico de 71 kW con 96 hp o 84,5 kW con 113 hp

Seguridad: 6 airbags y varias asistencias a la conducción

Autonomía: 327 a 360 kms

Precio: \$19.990.000



un empujón constante y suave, ideal para el ritmo urbano.

Algo llamativo en el INSTER es la cantidad de compartimentos que tiene para guardar desde el celular, tu cartera y mucho más.

Por otro lado, uno de los datos más relevantes. Según la información disponible, el INSTER ofrece autonomías competitivas para su categoría (varía según versión y ciclo de medición), con cifras que rondan entre 327 y 360 km. En la práctica, para el uso diario y la movilidad urbana de una familia chica o una persona que trabaja y se mueve por la ciudad, la autonomía te quita la *electroangustia* si planificas cargas rápidas ocasionales. Eso sí, la experiencia se optimiza si tienes acceso a carga en tu casa o en tu trabajo.

COMPARACIÓN PRÁCTICA (SANTA FE VS INSTER)

● **Sensación al volante:** la Santa Fe es contundente, más “SUV tradicional”, es decir, aplomo y confort en viajes largos. El INSTER es vivaz, instantáneo y juguetón en ciudad. Si te gusta sentir el auto “trabajando” con suavidad, la Santa Fe; si prefieres respuesta inmediata y silencio, el INSTER.

● **Consumo y costos operacionales:** el INSTER, al ser eléctrico, gana en costos de operación por kilómetro y en sostenibilidad. La Santa Fe, con motor turbo, tiene mayor consumo en ruta y ciudad; su valor está en la versatilidad y autonomía de combustible, además de no depender de redes de carga. Si tu día a día tiene kilómetros largos o viajes frecuentes con carga de pasajeros y equipaje la Santa Fe puede resultar más práctica por autonomía y flexibilidad; si tus recorridos son mayoritariamente urbanos y puedes cargar en casa, el INSTER será más económico en el largo plazo y en el corto si nos enfocamos en el costo de adquisición.



● **Equipamiento y tecnología:** ambos vienen bien equipados según versión. La Santa Fe ofrece sistemas de asistencia, modos de manejo y detalles de confort pensados para viajes familiares; el INSTER, por su parte, incorpora tecnología orientada a conectividad y gestión de energía eléctrica, además de asistencias a la conducción. Si tu priori-

dad es tecnología eléctrica y una interfaz pensada para el ecosistema EV, el INSTER te hablará más.

● **Precio y posicionamiento:** en Chile la Santa Fe se posiciona en un rango de SUV medianos con precios que, según versiones y bonos, comienzan en \$32.190.000. El INSTER



se presenta como una alternativa asequible dentro del eléctrico urbano, con precios de lanzamiento que lo ubican como democratizador de la movilidad eléctrica en su segmento, desde \$19.990.000.

PUNTOS A FAVOR Y A CONSIDERAR, MI EXPERIENCIA DIRECTA.

Santa Fe

A favor, confort para todos los pasajeros, sensación de seguridad al conducir, buen equipamiento en versiones intermedias, altas y capacidad para viajes largos con maleta.

A considerar, consumo reducido y dimensiones que, en ciudad, requieren algo de atención para estacionar, aunque los sensores/cámara ayudan.

INSTER

A favor, sensación de manejo urbana placentera, aceleración instantánea, costos operativos más bajos y diseño que enamora a quienes buscan algo distinto.

A considerar, la autonomía real depende del uso, clima y tipo de conducción; la experiencia mejora mucho con carga domiciliaria o fácil acceso a cargadores públicos.

Si lo que buscas es un auto que “lo haga todo”, viajes, familia, presencia y confort, la Santa Fe te va a llenar de tranquilidad. Es robusta, cómoda y pensada para la vida con pasajeros. Si, en cambio, lo tuyo es la libertad urbana, con una conducción instantánea, cero emisiones y una estética juguetona, el INSTER te va a conquistar desde el primer kilómetro. Yo, personalmente, disfruté manejar ambos: la Santa Fe en la ruta me dio confianza y calma; el INSTER en la ciudad me devolvió la frescura de conducir sin ruido y con esa chispa que te hace sonreír en cada semáforo.



HILLIX

MARCA TU TRAYECTORIA

56 AÑOS DE RESPALDO
Y CONFIANZA



VERSIÓN GRS
4x4 2.8 AT / \$52.990.000



VAMOS
MÁS ALLÁ

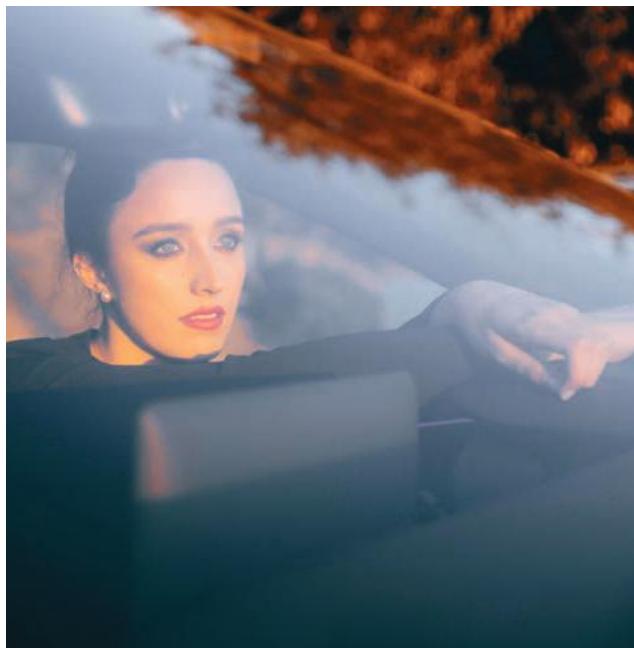
Precio publicado de \$52.990.000.- corresponde a Toyota, modelo Hilux Euro6c, versión GRS 4x4 2.8 AT, incluye IVA. Vigencia de precios y bonos hasta el 31 de octubre de 2025 y no aplican en zona franca. Impuesto verde: \$1.762.794.- según asistente de cálculo en www.sii.cl. Valores informados no incluye productos o servicios voluntariamente contratados como seguros. Otorgamiento del crédito sujeto a evaluación crediticia de acuerdo con condiciones objetivas de MAF Chile, disponibles en: www.mafchile.com, y verificación de antecedentes.

* Consumo en ciudad 10.5 [km/l], mixto: 12.5 [km/l], carretera: 14.1 [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.

MODA *en movimiento*



Fotografía y dirección de arte: Brenda Sepúlveda / **Dirección de vestuario:** Leticia Faviani / **Diseño:** Bernardita Traub con su marca Rosaría Scarinci / **Modelo:** Dominga Patiño / **Maquillaje:** Andrea Peña / **Auto:** CUPRA Terramar

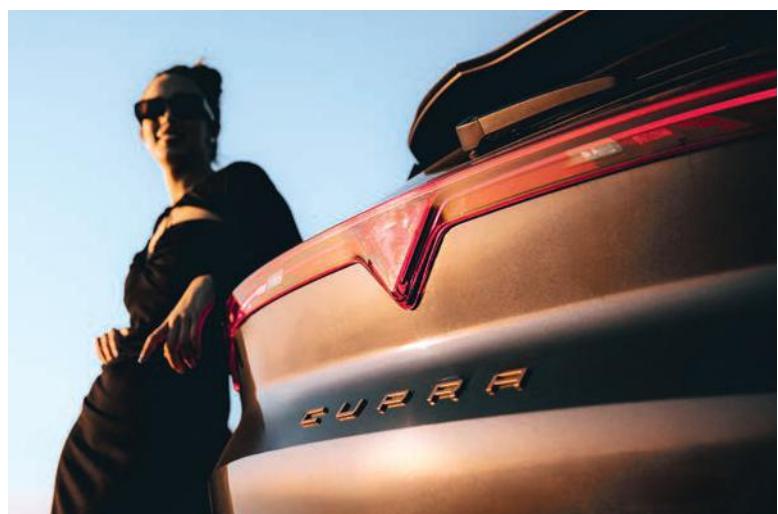
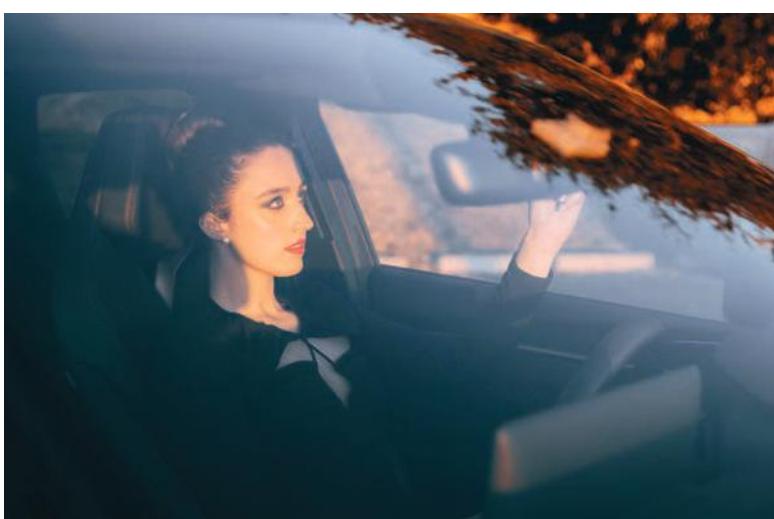
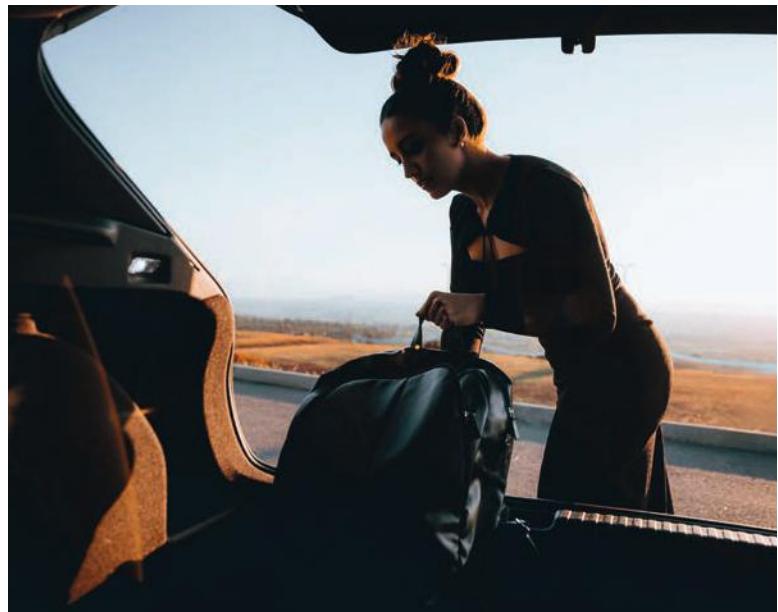


CUPRA TERRAMAR:

elegancia, rebeldía y carácter en altura

Desde lo alto de Santiago, Moda en Movimiento volvió a ser el punto de encuentro entre el diseño, la actitud y la innovación. En esta edición, el protagonista fue el CUPRA Terramar, un SUV que combina fuerza, tecnología y una elegancia desafiante, en perfecta sintonía con el espíritu de la moda contemporánea. En diálogo con esta energía, la diseñadora Bernardita Traub, con su

marca Rosaría Scarinci, presentó una propuesta que redefine la alta costura desde una mirada moderna y experimental. Con prendas que fusionan el rigor del bordado hecho a mano, con una actitud poética, gótica y rockera, se creó un universo estético intenso y vanguardista. Entre texturas, luces y el atardecer, el Terramar y la moda se unieron en la visión de quienes no temen desafiar lo establecido, elevar su estilo y moverse siempre con propósito.





Rosaría Scarinci, sinónimo de lujo contemporáneo

Con una propuesta que desafía los códigos tradicionales del lujo, Rosaría Scarinci se alza como la firma emergente chilena que combina la artesanía más refinada con una estética intensa: bordados hechos a mano, materiales rescatados y un pulso contemporáneo que convierte cada prenda en una declaración de moda.

Por Equipo Estilo Motor

Creada en 2018 por la diseñadora Bernardita Traub, la marca Rosaría Scarinci nace con el objetivo de redefinir la alta costura desde una mirada moderna y experimental. Cada pieza —corsés, capas, charquetas y accesorios— es un acto de creación donde se celebra el detalle, la textura y la sensualidad del movimiento. Desde Chile hacia el mundo, Rosaría Scarinci representa una nueva feminidad: fuerte, atemporal y magnética. Lo que distingue a la marca es su producción consciente y su apuesta por materiales rescatados de colecciones pasadas, lo cual revaloriza la artesanía y encarna un lujo emocional: aquello imperfecto se vuelve arte, lo cotidiano se convierte en extraordinario. Así, el bordado hecho a mano se transforma en el lenguaje de una expresión diferenciada.

En su taller se combinan técnicas ancestrales con influencias étnicas que van desde inspiraciones aymaras y mapuches hasta aplicaciones de India y detalles aztecas. Esta confluencia cultural aporta no solo singularidad, sino también una carga simbólica y textural que desafía las convenciones de la moda de lujo convencional.



La colección actual de Rosaría Scarinci despliega líneas diversificadas: la Leather Collection exhibe capas de cuero y pedrería; los cintillos y lazos bordados se configuran como accesorios de impacto, mientras que los pañuelos bordados se proponen como verdaderas “obras de arte” listas para enaltecer cualquier conjunto. El universo visual de la marca conjuga la elegancia con una actitud gótica-rockera: solapas,



Bernardita Traub.



hombreras, mezclas de texturas y contrastes entre tradición y rebeldía. El resultado es una silueta femenina que no se define por suavidad, sino por carácter, presencia y movimiento. Al caminar, cada pieza parece bailar y brillar, testigo de la combinación del rigor artesanal y el diseño contemporáneo. Rosaría Scarinci se presenta como una marca artesanal con escala internacional, que trasciende modas pasajeras y construye una identidad definida: el lujo contemporáneo chileno con visión global.

FORD BRONCO BADLANDS



MÁS ALLÁ DE LA
AVVENTURA



Modo G.O.A.T.
Rock Crawl



Barra Estabilizadora
Delantera Desconectable



Suspensión
Fox™ HOSS 3.0



CON ESTILO SCRUM: donde el alma del rugby se cruza con el rugido del motor

Scrum Old Gabs.

Hay deportes que no se juegan, se viven. El rugby es uno de ellos. No importa si estás en el barro de un club local o en un estadio lleno en París, cuando el árbitro toca el pito y el equipo se agrupa en un scrum, el mundo se detiene. Todo gira en torno a una pelota ovalada, sí, pero también a algo más profundo, la lealtad, la estrategia, la hermandad y ese impulso inexplicable que lleva a quince hombres a empujar juntos sin promesa de gloria, sólo por el orgullo de hacerlo bien.

Por Ángeles Gana

Si hay un lenguaje que comparte esa mezcla de fuerza, precisión y estilo con el rugby es el de los autos. Porque tanto en el campo como en la carretera, la clave está en la coordinación, en saber cuándo acelerar, cuándo frenar y cuándo poner el cuerpo entero para avanzar unos metros más.

DEL BARRO INGLÉS AL SUEÑO GLOBAL

Dicen que todo empezó en 1823, cuando un joven llamado William Webb Ellis tomó una pelota de fútbol en un colegio de Inglaterra y, en vez de patearla, la levantó con las manos y corrió hacia el arco rival. Así nació

una locura que hoy recorre el mundo entero. Desde entonces, el rugby se ha transformado en una religión en lugares como Nueva Zelanda, Sudáfrica, Francia y Argentina. Cada Mundial, cada haka, cada try épico es un recordatorio de que no hay deporte más noble ni más brutal. En Chile, este deporte empezó a tomar fuer-



Los Cóndores.

za en los años 40, con equipos formados en colegios británicos como el Grange School, el Saint George's y el Saint Gabriel's. De ahí nacieron clubes legendarios como el Old Boys, Old Reds y, por supuesto, mi querido Old Gabs, con un lugar más que especial en mi corazón, aunque no sea el con más historia, para mí es el más importante. Más que un equipo, Old Gabs es una familia y de la linda. Un equipo que comenzó como una idea entre amigos del Saint Gabriel's English School o "San Gabriel", como muchos le dicen, y desde 1997 son mucho más, son un equipo que hoy sigue transmitiendo la pasión y el espíritu del rugby a nuevas generaciones.

La profesionalización en 1995 fue otro punto de quiebre, el rugby dejó de ser sólo barro y honor para convertirse también en espectáculo. Las marcas empezaron a entender que ahí había algo distinto, un espíritu que no se compra con marketing vacío. Así fue como Land Rover, Toyota, Jeep y más recientemente Great Wall Motors (GWM) se subieron a este scrum global, apoyando desde mundiales hasta selecciones locales. Y no por moda, lo hacen porque el rugby encarna exactamente lo que sus vehículos representan, potencia, fiabilidad y carácter.

DONDE TODO PARTE LA FUERZA DE LOS CLUBES CHILENOS

El rugby chileno no nació en grandes estadios ni con auspiciadores. Nació en clubes. En camarines donde el barro y la amistad pesaban más que el marcador, y donde los terceros tiempos eran tan importantes como los tries.

Desde los años 40 y 50, cuando el deporte se consolidó en Santiago y Valparaíso, los clubes fueron el alma de este crecimiento. Old Boys, Country Club, Universidad Católica, Cobs, Old Reds y Old Gabs no sólo formaron jugadores... forjaron personas, valores y una identidad que hoy se respira en todo el país. Hoy, el rugby chileno cuenta con una estructura sólida, impulsada por la Federación de Rugby de Chile y la ARUSA, con torneos que van desde juveniles hasta primera división. Equipos como Old Boys, Cobs, Old Johns, UC, Old Reds, Troncos de Concepción, Old Gabs y Stade Francaise mantienen viva la competencia, cada uno con su estilo, su historia y sus hinchas fieles.

En cada fecha, cuando el árbitro toca el pito y las camisetas se manchan de barro, se revive ese espíritu que hace grande a este deporte. Porque antes de ser Cóndores, todos fueron parte de un club. Y ahí, en ese origen compartido, está la verdadera raíz del rugby chileno: el compañerismo, el esfuerzo y la lealtad que se aprende entre líneas de cal y abrazos de tercer tiempo.

LOS CÓNDORES: EL VUELO QUE CAMBIÓ LA HISTORIA

Y si hablamos de carácter, Chile tiene una historia que contar.

Hace poco más de dos años, Los Cóndores hicieron lo impensado... derrotaron a Estados Unidos y clasificaron, por primera vez,



Ragnar Fuenzalida de Old Gabs.

al Mundial de Rugby 2023. Fue una hazaña que sacudió a todo el país. No sólo por el marcador, 52-51 en el global, sino por lo que simbolizó, el esfuerzo de una generación que creció jugando en clubes pequeños, viajando en buses y costeando camisetas, hasta llegar a codearse con los mejores del planeta. Ese espíritu no se apagó con el pitazo final. Hoy el equipo sigue su ruta con la mirada puesta en Australia 2027, con más estructura, más apoyo y, sobre todo, más pasión. Y en ese viaje, los acompañan marcas que creen en su empuje. GWM, por ejemplo, se convirtió en sponsor oficial de la selección chilena de rugby, aportando logística, movilidad y energía con sus POER, las pick-ups más robustas de su portafolio. Son las que llevan al equipo a los entrenamientos, recorren las rutas más duras y simbolizan perfectamente lo que pasa en la cancha, fuerza, resistencia y espíritu de equipo.

EL JUEGO DENTRO DEL JUEGO

Ver rugby sin entender sus códigos es como ver una orquesta sin saber de música. Pero basta mirar un scrum para entender que esto es una danza entre bestias. O ver a un wing volar por la línea para notar que hay



Los Cóndores.

belleza en la velocidad.

Los forwards, esos ocho gigantes que empujan juntos, son el corazón del equipo, los pilares, el hooker, las segundas y terceras líneas. Son pura tracción, como un 4x4 en pleno barro. Detrás de ellos vienen los backs, los que leen el juego, los que piensan rápido, los que encuentran espacios donde nadie más los ve. El fly-half es el cerebro; el full-back, el guardián; los wings, los relámpagos. Cada pase, cada tackle, cada ruck es una historia en miniatura, fuerza, coordinación y fe ciega en el compañero.

Podrías ver un maul como el equivalente a una caravana de camionetas GWM POER empujando cuesta arriba, sin soltar el ritmo. O un break veloz como un Toyota Hilux GR Sport que encuentra el espacio justo entre el tráfico. O incluso un drop goal bien ejecutado, preciso y elegante, como un Land Rover Defender tomando una curva en la montaña con la seguridad de quien domina el terreno. Así se siente el rugby, control y caos, técnica y corazón, velocidad y paciencia.

RUGBY Y AUTOS: DOS LENGUAJES QUE COMPARTEN ADN

No es casualidad que marcas como Land Rover hayan estado en los mundiales desde hace décadas, o que Toyota apoye selecciones históricas como la de Nueva Zelanda. Ambos mundos comparten un mismo relato, potencia con propósito.

En Chile, GWM apostó fuerte al asociarse



GWM Poer.

con Los Cóndores, y lo que empezó como patrocinio ya es casi una declaración de principios... acompañar un proyecto que inspira, que contagia disciplina y que muestra que en equipo se puede llegar más lejos.

Cuando ves una POER con el logo de la federación surcando un camino de tierra rumbo al entrenamiento, es imposible no pensar en ese paralelismo hermoso entre el rugby y la carretera, ambos exigen entrega total. No hay medias tintas.

EL ALMA DETRÁS DEL BARRO

Quizás por eso el rugby enamora tanto. Porque tiene un código no escrito, respeto,

humildad, compañerismo. Después de un partido durísimo, los equipos se saludan, comparten una cerveza y cantan juntos. No importa quién ganó.

Esa nobleza es la que tantas marcas han querido abrazar, porque ya no se trata sólo de vender autos, sino de contar historias de esfuerzo, de comunidad, de espíritu.

El rugby y los autos, al final, hablan el mismo idioma, el del movimiento, el de seguir adelante sin importar el terreno.

Y así, con cada scrum, cada tackle y cada viaje de entrenamiento en una GWM POER, Los Cóndores siguen escribiendo su historia. Una historia que huele a sudor, a barro y a motor. Una historia con estilo. Con estilo scrum.

Dietas exprés o hábitos sostenibles: la verdadera preparación para el verano



FOTOS: FREEPIK

Ante la llegada de los días cálidos, no son pocos los que buscan bajar los kilos de más acumulados durante el invierno. Esto nos puede llevar a optar por patrones alimentarios restrictivos y de corta duración. ¡Cuidado! Porque esto puede generar deficiencias nutricionales y efectos cortoplacistas.

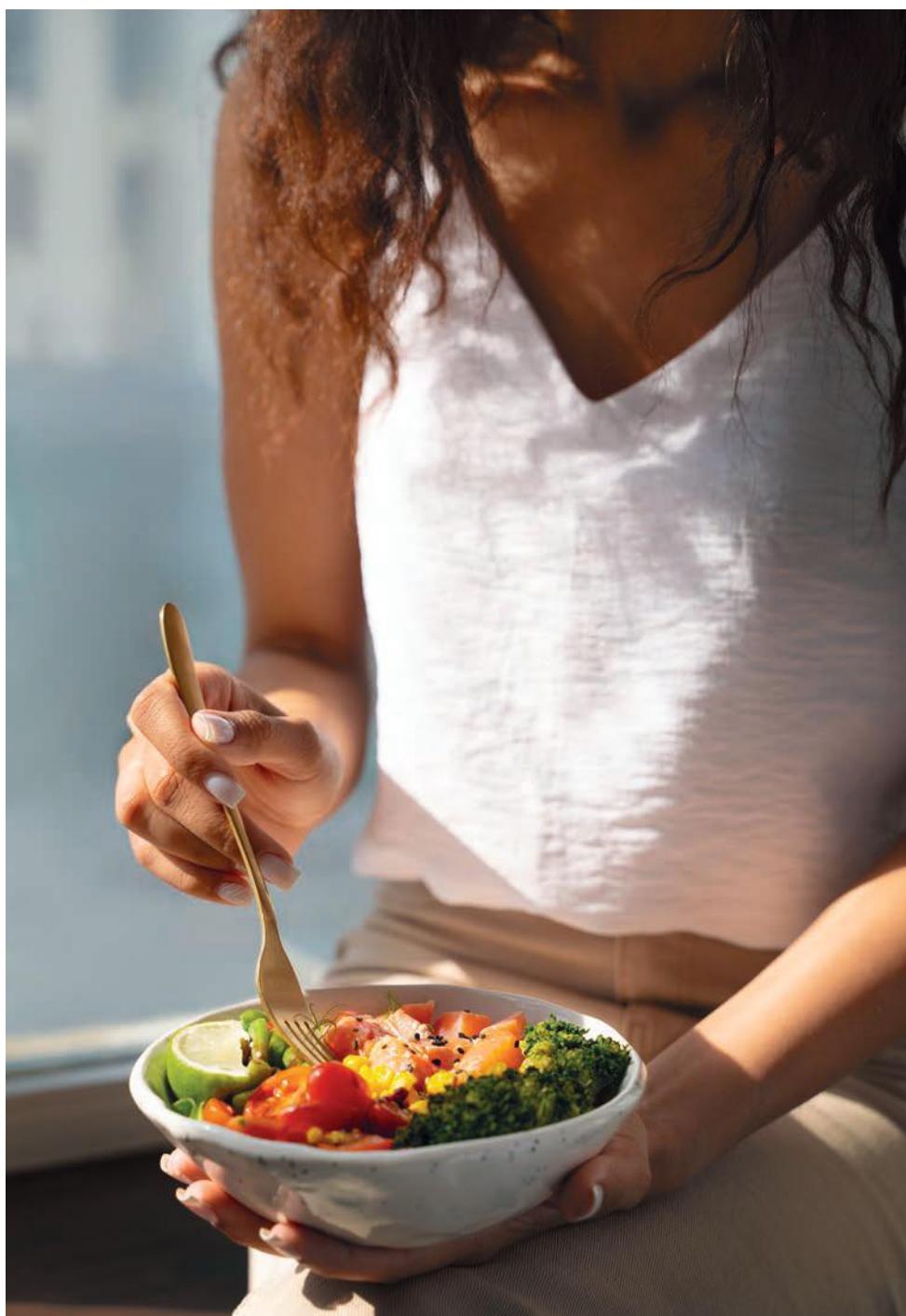
Por Rebeca Ubilla M.

Llega el verano y con las temperaturas cálidas usamos ropa más liviana, lo que nos impulsa a querer preparar nuestro cuerpo y bajar todos los kilos de más que acumulamos durante el invierno. Ante ello, lo más común es caer en las llamadas “dietas exprés”, esas ultra restrictivas, habitualmente recomendadas por alguien conocido o encontradas en Internet y sin supervisión de un especialista. Este patrón alimentario, generalmente se basa en un plan de alimentación restrictivo y de corta duración, diseñado para una pérdida de peso rápida, que suele ser muy baja en calorías (800 a 1.000 calorías diarias), excluyendo grupos determinados de alimentos. La idea es bajar lo más rápido posible para poder disfrutar de “un verano sin polera”, como dice el dicho popular.

Y si bien estas dietas nos pueden generar resultados inmediatos, los riesgos son grandes y así lo advierten los especialistas. Macarena Ortiz, nutricionista de Clínica Terré, indica que “las dietas muy restrictivas pueden generar deficiencias nutricionales, afectar el metabolismo, provocar pérdida de masa muscular y generar un efecto rebote, donde la persona recupera el peso perdido rápidamente. Además, pueden desencadenar trastornos alimentarios y generar una relación poco saludable con la comida. En resumen, los beneficios son temporales y los riesgos a largo plazo son elevados”.

Una opinión similar tiene Loreto Cárdenas, nutricionista de Clínica OS certificada en Health Coach and Integrative Nutrition, quien señala que “las dietas restrictivas o muy bajas en calorías pueden entregar una pérdida de peso rápida, principalmente de líquidos y masa muscular. Esto puede dar una sensación inicial de éxito, pero suele venir acompañada de fatiga, irritabilidad, efecto rebote y desajustes hormonales, especialmente en mujeres. En cambio, un enfoque más integral busca mejorar la composición corporal, apoyar la función digestiva y reducir la inflamación sistémica, factores claves para un metabolismo saludable y sostenido en el tiempo”.

Pese a ello, la tentación de caer en este tipo de alimentación es alta, sobre todo si se con-



sidera el rol que en esto cumplen las redes sociales, las cuales han amplificado la presión estética mostrando cuerpos idealizados. “Este entorno digital ha normalizado la comparación constante y el uso de métodos que priorizan la apariencia por sobre la salud interna. Como profesionales, nuestra labor es educar desde la evidencia y la empatía,

recordando que cada cuerpo tiene su propio ritmo y que el verdadero bienestar no se mide solo en tallas”, comenta la especialista de Clínica OS.

¿CÓMO ELEGIR?

Es cosa de leer o escuchar un medio de co-

municación, redes sociales o simplemente oír una conversación para escuchar hablar de la dieta mediterránea, keto, antiinflamatoria o del famoso ayuno intermitente.

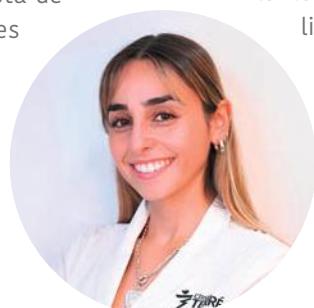
Ante esto ¿cómo saber cuál es la adecuada? Acá la respuesta es clara: lo importante no es seguir una tendencia, sino una alimentación que respete la biología y necesidades de cada persona.

La dieta mediterránea es aquella rica en vegetales, aceite de oliva y pescado. Se plantea como ideal para mantener la salud cardiovascular y la longevidad. En tanto, la keto es baja en carbohidratos, alta en grasas saludables; puede ser útil en ciertos casos metabólicos (como resistencia a la insulina), pero requiere supervisión.

Otra de las opciones y que ha conquistado a celebridades como al cantante Luis Miguel —quien ha aclarado que no es para todos— es el conocido ayuno intermitente. Macarena Ortiz comenta que este tipo de alimentación “es un patrón donde se alternan períodos de ayuno con fases de ingesta de alimentos. Existen diferentes métodos, como el 16/8 (16 horas de ayuno y 8 horas para comer)”. Agrega que “aunque algunos estudios han demostrado que el ayuno intermitente puede tener beneficios como la mejora de la sensibilidad a la insulina y la pérdida de peso, no es adecuado para todos. Las personas con trastornos alimentarios, problemas metabólicos o aquellas que están en situaciones especiales como embarazo o lactancia deben tener precaución. Es una herramienta útil para algunas personas, pero no debe considerarse como una solución única, sino como parte de un enfoque equilibrado y sostenible para la salud”.

DIETA ANTIINFLAMATORIA

Mención aparte merece la llamada dieta antiinflamatoria, de la cual se escucha hablar mucho últimamente, algo que se enmarca



Macarena Ortiz,
nutricionista de Clínica Terré.

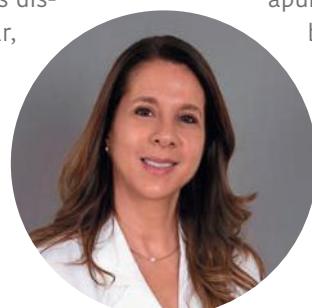
dentro de una tendencia global. Esto se ve tanto en las consultas de los especialistas, donde cada día más personas acuden a preguntar por ella y en redes sociales como Instagram y TikTok, donde existe una gran cantidad de videos sobre la misma. Lo primero que hay que aclarar es que este patrón alimentario va más allá de disminuir una hinchazón abdominal o molestias asociadas al colon, ya que su objetivo es dis-

minuir la inflamación celular, eliminando los factores que alteran el funcionamiento natural de nuestras células. Loreto Cárdenas señala que “la inflamación celular crónica es una de las principales causas del cansancio, los desequilibrios hormonales y el envejecimiento prematuro. Añade que “entre los factores que más contribuyen a este pro-



ceso se encuentran: el exceso de azúcar, el gluten, los aceites vegetales refinados, la falta de sueño reparador (dormir menos de 7 u 8 horas o acostarse muy tarde), los bajos niveles de vitamina D, la deshidratación, el consumo frecuente de alimentos ultra procesados, maíz, maní, soya, el sobrepeso y el estrés crónico. Cuando logramos reducir estos factores inflamatorios y damos al cuerpo los nutrientes, el descanso y el entorno que necesita, las células recuperan su equilibrio natural, promoviendo energía, claridad mental y bienestar integral”.

De esta manera, la dieta antiinflamatoria apunta a una alimentación equilibrada que incluya la cantidad adecuada de proteínas, abundantes verduras frescas, grasas saludables —como las que aportan la palta, las nueces, las semillas, el aceite de oliva y las aceitunas—, junto con pescados grasos y especias de acción antiinflamatoria como la cúrcuma, el jengibre, pimienta negra, vinagre de manzana sin filtrar y la canela, son clave para



Loreto Cárdenas, nutricionista
de Clínica OS certificada en
Health Coach and Integrative
Nutrition.



favorecer la salud celular. Al mismo tiempo, reducir el consumo de alimentos ultra procesados, azúcares y aceites refinados contribuye a desinflamar las células y promover un estado general de bienestar, equilibrio y vitalidad.

Se recomienda especialmente para personas que viven con enfermedades inflamatorias crónicas o condiciones que afectan el equilibrio del organismo, como artritis, fibromialgia, enfermedades autoinmunes, trastornos metabólicos o digestivos, cáncer, entre otras. También es de gran apoyo en casos de fatiga persistente, hinchazón, dolor articular, resistencia a la insulina o desequilibrios hormonales.

“Más que una dieta temporal, es un estilo de vida que busca restaurar la salud desde la raíz, promoviendo el bienestar integral, la claridad mental y una energía estable y sostenida a lo largo del día”, indica la especialista de Clínica OS.

CAMBIO SOSTENIBLE

Pero más allá de qué dieta elegir, los especialistas coinciden en señalar que lo importante es poder lograr una relación saludable con la comida que nos permita cambios sostenibles.

Para lograrlo, Macarena Ortiz, comenta que “el primer paso es adoptar un enfoque de

alimentación consciente y balanceada, sin caer en dietas restrictivas que generen estrés o ansiedad. Es fundamental aprender a escuchar las señales del cuerpo y enfocarse en la calidad de los alimentos más que en las restricciones”.

Añade que hacer pequeños cambios sostenibles, como incorporar más frutas, verduras, proteínas magras y grasas saludables, y reducir el consumo de alimentos ultra procesados, puede marcar una gran diferencia a largo plazo. “Además, es esencial mantenerse activo, priorizar el descanso y, sobre todo, disfrutar de la comida sin culpas. La clave es un estilo de vida que fomente el bienestar general y no solo un objetivo estético a corto plazo”.

BMW R50 1967 POLIZEI

Probablemente esta BMW de 1957 representa el origen de lo que hoy entendemos como la filosofía de BMW Motorrad. Y digo esto porque, sin duda, la generación de las R50, fabricada entre 1955 y 1960, marcó lo que sería el ADN y sello distintivo de la marca.

Por Omar Oyarce Stecher / Fotografías: Brenda Sepúlveda





Esta unidad en particular fue de Carabineros, utilizada por la escolta de la reina Isabel durante su única visita a Chile, en noviembre de 1968. En aquellos años, ya se habían elegido estas alemanas como la marca preferida de la institución. Cuenta la historia que, inicialmente, las primeras motocicletas que tuvo nuestra policía, en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, fueron Harley-Davidson, facilitadas por la Municipalidad de Santiago para resguardar su comuna —;las cosas no cambian!—

Para facilitar y hacer más eficientes los patrullajes, estas incorporaban sidecar (el carrito que va al costado), lo que permitía transportar hasta tres funcionarios. Estas

máquinas estaban disponibles solo para uso dentro de la comuna, hasta que, en 1955, se decide la compra de las primeras R50 directamente a fábrica en Berlín, con la intención de dar cobertura y servicio policial a todo el país. En esos años, BMW Motorrad era la moto policial más vendida del mundo.

Las alemanas, a diferencia de las ya anticuadas y pesadas Harley municipales, eran más caras, modernas y escasas. Solo se asignaban a destacados oficiales, quienes las conducían exclusivamente, quedando la moto a su cargo y siendo responsables de su estado y cuidado.

Se eligió este modelo por su facilidad para desplazarse y maniobrar a baja velocidad, ideal para patrullajes lentos en zonas urbanas y para escoltas, gracias al efecto “giros-

cópico” de su motor de cilindros opuestos, al bajísimo mantenimiento de la transmisión con cardán y a su suspensión delantera anti-dive, basada en el “triángulo Earles”. En aquellos años, este sistema aseguraba que la moto no se clavara en frenadas bruscas, manteniendo una gran estabilidad en carretera.

Otros puntos fuertes eran su robustez y orientación rutera. Con el tiempo, la suspensión “Earles” derivaría en la famosa y aún vigente “Telelever”, manteniendo y mejorando los atributos de conducción de la original.

Fabricadas en Berlín, contaban con una cilindrada de 500 centímetros cúbicos y, aunque solo desarrollaban 26 hp —una cifra modesta para los estándares actuales—, eran suficientes para acelerar de 0 a 100 km/h en



10,5 segundos, un tiempo muy bueno para la época, y alcanzar una velocidad máxima de 140 km/h. Cifras más que adecuadas para los caminos de entonces.

De hecho, al revisar publicaciones de la época y conversar con quienes las usaron, se confirma que era considerada una moto cómoda y apta para viajes “por todo tipo de caminos”. Su estanque de 17 litros ofrecía una autonomía cercana a los 400 kilómetros. Nada mal.

Como curiosidad, el estanque tiene una tapa lateral con llave que esconde una pequeña guantera, suficiente para guardar documen-

tos, guantes, un encendedor y una cajetilla de cigarros... como debía ser en un caballero de la época.

Desde la perspectiva del diseño, roba más miradas que cualquier 0 km. Donde me detenga, en los semáforos, nacen espontáneamente preguntas y pulgares hacia arriba. Sus líneas puras, formas curvas, cromados y detalles minimalistas —como el cuentakilómetros, la llave de contacto de diseño gótico y la ausencia total de tapas plásticas o adornos superfluos— expresan “forma y función” en su máxima expresión.

Hay muchas cosas por descubrir que invi-

tan a reflexionar. La posición de manejo es perfecta, simulando la postura de un jinete en su caballo. Solo la había experimentado antes en un modelo retro de Triumph, la Bonneville T100 del año 2015, muy fiel a su original de las décadas del 50 y 60, justamente la de esta R50.

Es fácil llegar al suelo, con la altura justa, carrocería angosta y un manejo erguido y natural: una delicia. Demuestra que el concepto de “ergonomía” ya se aplicaba hace 70 años. Sus 195 kilos son curiosamente fáciles de mover en parado. Para quienes se aventuraban en viajes largos por carretera, existía un parabrisas de material flexible (Plexiglas), además de maletas, defensas, luces auxiliares y un precioso sidecar con forma de zepelín. La fábrica advertía, eso sí, que instalarlo acortaba la vida útil de todos los componentes en un 30%.

No cuenta con motor de partida: el arranque es a músculo.

El ritual comienza así:

1. Introduces la llave gótica en el orificio del foco delantero.
2. La giras y das contacto a la moto; se enciende una luz roja en el costado.
3. Luego debes “cebar” los carburadores izquierdo y derecho presionando un botón que les hace pasar bencina (solo y únicamente cuatro veces, o se ahoga; no hay “chupete”).
4. Finalmente, te sitúas en el costado izquierdo con la moto descansando sobre el caballito central (no tiene pata lateral) y pateas la palanca de partida hasta que el motor

despierta con un ronroneo que sigue siendo muy familiar en las grandes GS modernas, incluso con el característico movimiento de torsión lateral al acelerarla en neutro.

La operación del embrague y la caja de cuatro velocidades es suave y precisa, aunque requiere paciencia para que los cambios entren correctamente. Ya en marcha, uno se da cuenta de que, aunque no es una moto rápida según los estándares actuales, se mueve muy bien en el tráfico urbano.

La marcha es suave y estable: se traga lomos de toro y hoyos como si nada con sus ruedas aro 18. El aplomo también se hace notar en curvas y maniobras lentas. En términos de comportamiento dinámico, está muy lograda. Los asientos individuales de caucho, con amortiguación propia, aportan comodidad y absorben vibraciones.

La manejé un buen rato en forma continua: impecable. Los frenos, ambos de tambor, se deben usar con técnica. Se frena principalmente con el trasero, notablemente efectivo; es difícil de bloquear y realmente detiene la moto. El delantero es más simbólico, por lo que en una frenada de emergencia conviene usar ambos y ayudarse con la retención del motor, rebajando cambios. En ese momento aparece la típica tendencia a que la cola de la moto se cruce, una característica propia de las GS con cardán, aunque ya muy mitigada en generaciones recientes.

La manejé en carretera a una velocidad constante de 100 km/h, y la moto iba muy estable y cómoda, ronroneando con su bóxer. Sin duda, con el parabrisas habría sido más agradable. Realmente no sentí los 70 años “atrás” en tecnología.

Como detalle curioso, trae un pomo metálico cromado sobre la suspensión delantera que regula la dureza del movimiento del volante, ayudando –en teoría– a mantenerla estable en conducción a alta velocidad.

Hoy representa una moto de gran interés, no tanto por exclusividad, sino por su sentido histórico y patrimonial. Se fabricaron cerca de 21.000 unidades durante su ciclo de vida,



Omar Oyarce Caviedes en su R50 del año 1966.

muchas de las cuales aún están en operación gracias a su resistencia, la disponibilidad de repuestos y los clubes de fanáticos que las mantienen vivas.

Esta R50 en particular fue una de las que utilizó Carabineros en los años sesenta y que los entusiastas del modelo salvaron de terminar en una fundición o desarmadero.

Para mí, esta experiencia de “retro manejo” también tiene un profundo valor personal, al recrear la misma sensación de conducción que vivió quien fuera un destacado oficial en aquellos años: el joven teniente Omar Oyarce Caviedes, mi querido padre, de quien aprendí, entre otras cosas, la pasión por las motos y autos de aquellos fascinantes tiempos. Gracias a la familia Calabrese Santibáñez por facilitarme este impecable ejemplar de su colección.

Omar Oyarce, conocido como “Doctor 4x4” es también panelista de Ceda El Paso Radio (omar@aventura4x4.cl)

CASACOSTANERA

— 10 años —



CASACOSTANERA

Eso que te hace volver

Tiendas exclusivas - Gastronomía - Arquitectura - Entorno - Encuentros de Barrio

Entérate de las novedades y panoramas aquí



Nueva Costanera 3900. Vitacura

CASACOSTANERA.CL

CASACOSTANERA

EN EL MES DEL DISEÑO: una muestra de sus más diversas expresiones



Dirección de arte y Fotografía: Andrés Poehler / **Dirección creativa y de vestuario:** Leticia Faviani
Gestión de diseñadores nacionales: AFW Chile / **Locación:** Museo Ralli / **Autos:** Link&Co 06, 08 y 09 / **Casting de Modelos:** AFW Chile y BeModels Management / **Backstage -Make Up & Stylist:** Team Andes Fashion Week Chile.

El diseño es una forma de lenguaje, una expresión que trasciende disciplinas para unir mundos que a primera vista parecen distintos. En el marco del mes del diseño, Estilo Motor presenta una producción especial realizada en el Museo Ralli Santiago donde la moda, el arte y el automovilismo se encontraron en una misma narrativa visual.

Bajo la mirada creativa de Leticia Faviani, directora de Andes Fashion Week Chile, cinco diseñadores nacionales fueron convocados a reinterpretar la relación entre estética, movimiento y emoción, en diálogo con tres modelos de Lynk & Co, marca automotriz que representa innovación, diseño y conexión con la nueva generación urbana.

Las colecciones de Belén Herrera, Sofía Espinoza, Beatriz Vergara, Leonora Musri y María Luisa Portilla fueron interpretadas por modelos que posaron entre las obras del museo y su jardín, creando un recorrido visual donde la creatividad toma distintas formas: un vestido, una escultura o el diseño preciso de un automóvil.

Una puesta en escena que celebra el diseño en todas sus manifestaciones y reafirma su capacidad de conectar arte, moda y movilidad bajo un mismo concepto: la estética en movimiento.



BELÉN HERRERA:

Coreógrafa, artista y tejedora, es la encargada de darle vida a los diseños de Le Tejo de lo que me pidan donde a través de la línea creativa combina distintas disciplinas en una expresión artística única y experimental.

SOFÍA ESPINOZA:

Esta joven diseñadora con su marca Phaxsi desarrolla indumentaria con textilería aymara tradicional, contribuyendo a su preservación y revalorización a nivel nacional.



LEONORA MUSRI:

La diseñadora presentó su colección Confianza, de la Cápsula de Moda Chile, que tiene que ver con la confianza personal, con sentirse tranquila y en paz con uno mismo, mirándonos a nosotros mismos con gentileza.





MARÍA LUISA PORTILLA:

Con casi 80 años y más de 15 reinversiones en su carrera y luego de estudiar diseño en París, María Luisa desarrolla un diseño urbano, versátil y estilos. Con su marca La Margot, plantea que cada persona es única, premisa que le da vida y sentido a sus diseños, que para esta colección son oversize, geométricos y con muchos ángulos.



BEATRIZ VERGARA:

La diseñadora de moda es la mente creativa detrás de Bea/Barreau, con una propuesta que desafía el paso del tiempo, la materialidad y la forma, invitando a vestir con intención y a descubrir la identidad a través del cuerpo y la experiencia.

MODA Y ARTE:

La estética en movimiento

Por Leticia Faviani, Directora Andes Fashion Week

Hay encuentros que trascienden la belleza visual para convertirse en experiencias sensoriales completas. Así ocurrió cuando diseñadores nacionales de Andes Fashion Week Chile se unieron al Museo Ralli Santiago, un espacio que resguarda la riqueza del arte latinoamericano y parte de las colecciones surrealistas de Salvador Dalí. En ese diálogo entre moda y arte, la creatividad chilena encontró un nuevo punto de partida: entender que el diseño, sin importar su forma, es una manifestación de movimiento y emoción.

Porque tanto la moda como el automovilismo comparten una esencia común: el diseño que emociona. Cada prenda, como cada automóvil, es el resultado de una visión, una búsqueda estética y una obsesión por los detalles. En ambos universos, la forma sigue a la función, pero también al deseo.

Hoy quiero contarles más y con mucho orgullo sobre mi proyecto Andes Fashion Week Chile (AFW Chile) y sobre el Museo Ralli Santiago, dos proyectos que celebran la convergencia de la moda y el arte latinoamericano. Desde su creación, el evento ha impulsado la visibilidad del diseño de autor chileno y de la Cordillera de los Andes, conectándolo con espacios culturales, embajadas, marcas internacionales y el universo empresarial desde su ADN que contempla Moda, Arte y Relacionamiento. Hoy, su narrativa se expande también a industrias que pueden conectarse a través del arte y la moda, reafirmando que la creatividad también puede ser un puente para conectar historias y personas que necesitaban conseguirse. Por su parte el Museo Ralli Santiago, es un espacio de arte contemporáneo latinoamericano, fundado en 1992 y representa una de las cuatro joyas de sede que Fundación Ralli tiene en el mundo. Con colecciones de artistas chilenos y obras de origen latinoamericano, Museo Ralli aloja inspiración y belleza, que se acompañan también por una colección y genialidad del artista surrealista Salvador Dalí, entregando un toque Iberoamericano con su origen español a esa experiencia que puede disfrutarse de forma gratuita al visitar este hermoso museo.

Interactuar con talento y sensibilidad de los creativos chilenos, en un entorno de arte, ha sido una responsabilidad que merece la pena, siendo que fusiones como estas logran reinterpretar a la moda en una experiencia donde las siluetas del arte, representadas



en una obra o en una pieza del vestir, hacen vivir las creaciones como un disfrute sensorial, una muy buena forma de honrar la cultura, la historia y la belleza que habita en cada rincón del arte. Así como un amante de los autos elige con precisión el vehículo que lo representa, quien ama la moda elige su atuendo como una extensión de su identidad con el mismo respeto por el detalle, la proporción y la armonía del diseño. Esto nos recuerda que el arte no solo se observa: se vive, se conduce, se viste.

Rally 500 km Sport Clásicos

30 años de estilo y deportividad



Es una de las actividades más tradicionales que realiza el Club de Automóviles Antiguos de Chile (CAACH): un rally de Regularidad Sport que viaja hacia la IV Región y que, en su edición 2025, cumplió 30 años.

Por Leonardo Pacheco / Fotografía: Aaron Hermosilla / Raúl Bravo / CAACH

Estos rallys surgieron a finales del siglo XX como una forma de recrear aquellas grandes competencias automovilísticas que se realizaban, principalmente, en las vías públicas de Europa.

Eventos como la Mille Miglia en Italia, el Rallye Monte-Carlo Histórico en Mónaco, la Targa Florio en Sicilia y las 1000 Millas Sport de la Patagonia en Argentina son algunos de los más afamados que se llevan a cabo bajo la modalidad de Regularidad Sport.

En 1991, el Club de Automóviles Antiguos de Chile dio el banderazo inicial al primer rally de ejemplares Sport Clásicos, como una forma de celebrar la creación de la rama que reúne a esos hermosos automóviles.



En el evento inaugural participaron 30 ejemplares de la categoría Sport Clásicos, veloces máquinas que viajaron hasta La Serena. Al año siguiente se repitió la experiencia, con el mismo éxito e idéntico recorrido.

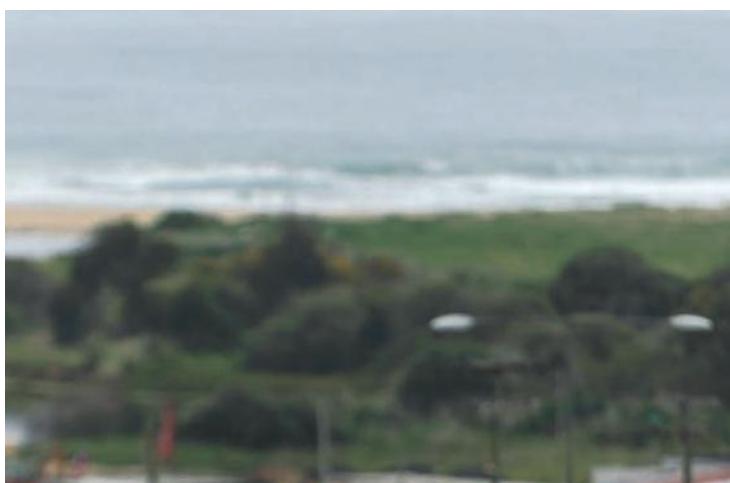
En 1995 se organizó la primera edición del Rally 500 km Sport Clásicos, con rumbo hacia Puerto Velero, con el ánimo de evocar el profesionalismo y el estilo de las competencias automovilísticas de los años 60 en Europa.

A través de los años, el Rally 500 km Sport Clásicos ha tenido como destinos Puerto Velero, La Serena Golf, el Hotel Enjoy y los alrededores de la IV Región, registrando en la actualidad una lista de inscritos que supera, por amplio margen, los 60 bólidos participantes.



El rally se realizó en sus primeras 28 ediciones bajo la modalidad de Regularidad Tradicional, es decir, con pruebas en caminos y carreteras en las que se debía mantener una velocidad constante, respetando todas las reglas del tránsito y cumpliendo, además, diversas pruebas de habilidad conductiva en recintos o calles cerradas.

En 2019, para celebrar los 25 años del evento, se incorporó una etapa de Regularidad Sport, una modalidad que se utiliza en los grandes rallies del mundo, ante la dificultad de realizar pruebas en caminos abiertos.



Las siguientes versiones retomaron el formato de Regularidad Tradicional, pero en 2024, para la versión número 29, y ante los cambios en la ley del tránsito que dificultan la realización de pruebas en caminos abiertos, se modificó nuevamente la modalidad a Regularidad Sport, la que incluye pruebas sólo en recintos privados o caminos cerrados.

Entre los ganadores más destacados del rally se encuentran Alfonso Esteva Escalona y Christian Cid, quienes han obtenido la victoria en cuatro ocasiones. También destacan Manfred Olbertz, con tres triunfos, y Pedro Ortiz, con dos victorias.

En la edición número 30, realizada a inicios de septiembre, participaron 65 ejemplares, con un récord de siete binomios argentinos. Los automóviles inscritos se dividen por categoría en función de su año de fabricación: C-D-E hasta 1960, F 1961-1970, G 1971-1980 y H-I 1981-1985.

¿DÓNDE VIAJAR?

Por Rebeca Ubilla M.



Enamórate del otro Caribe

Si hablamos de Caribe, la preferencia de los chilenos se suele concentrar en destinos como Punta Cana (República Dominicana), Cancún y Playa del Carmen (México), lugares que con sus playas de arena blanca y mar turquesa se presentan como irresistibles a la hora de buscar el anhelado descanso y desconexión.

Sin embargo, en los últimos años han surgido otros destinos que

emergen como buenas alternativas.

Curazao

Situada en el sur del Caribe, frente a las costas de Venezuela, esta isla combina lo mejor de Europa con todo el encanto tropical, ya que es parte del Reino de los Países Bajos. Willemstad, su capital, con sus coloridas casitas y gran vida nocturna, invita a recorrerla. En ella encuentras innumerables restaurantes, cafés y tienditas de recuerdos. La isla cuenta con más de 35 playas de arena blanca y agua cristalina, entre las que destacan Kenepa y Cas Abao, y Mambo Beach que están entre las 25 mejores playas del Caribe.

Samaná, República Dominicana

El lugar -ubicado en el noreste del país- abarca principalmente una península y se distingue por su terreno frondoso y montañoso y por sus playas de arena blanca. Se trata de un destino que combina aventura, descanso y cultura.

Uno de sus principales atractivos se produce entre enero y marzo, cuando cerca de 2500 ballenas jorobadas migran desde el Atlántico Norte para aparearse en esta zona y dar a luz. ¡Se trata de un espectáculo inigualable!

En Samaná también se pueden realizar caminatas y paseos a caballo a la Cascada El Limón y excursiones en catamarán y snorkel en las playas Frontón y Madama. En tanto, en las Terrenas, además de deportes acuáticos, es posible recorrer sus tiendas y restaurantes.

Aruba

Desde hace algún tiempo que la llamada "Isla Feliz" -ubicada a 25 km. de Sudamérica- se viene imponiendo entre los chilenos. Es que sus playas de arena blanca y aguas cristalinas están catalogadas por varios rankings entre las mejores del mundo; ejemplo de ello es Eagle Beach, la cual ganó el premio a la playa N°1 del Caribe y la N°3 del mundo en los premios Travelers Choice de TripAdvisor 2025.

La isla también ha desarrollado una gran oferta de actividades que invitan al bienestar físico y mental, las cuales también han sido incluidas por los variados resorts que existen en el lugar, ofreciendo clases de yoga, cuidados servicios de spa como tratamientos terapéuticos, masajes y rituales corporales, entre otros.

El centro de la isla también te cautivará, ya que su impronta europea (por pertenecer al Reino de los Países Bajos) se hace notar. Innumerables boutiques, restaurantes, bares y cafés inundan las calles para brindar una gran experiencia.

¿QUÉ COMER?

Por Rebeca Ubilla M.

Los mejores rooftop para disfrutar esta primavera verano

Se afirma el buen tiempo y los días cálidos nos invitan a salir. Conscientes de esto, los restaurantes de Santiago inauguraron su temporada de terrazas, algunas con lindas vistas para disfrutar de la ciudad. Te presentamos nuestra selección.

Lumiere Bistró

Situado en la comuna de Las Condes, el lugar ya se ha hecho un nombre entre la concurrencia capitalina. De inspiración francesa, Lumiere Bistró ya inauguró su temporada de rooftop con sus dos terrazas habilitadas.

Es así como de lunes a jueves (17.00 a 20.00 hrs.) ofrece opciones de happy hour con cocktails y mocktails al 50%. Pero si eres de vinos, la distinción la da el sommelier del lugar, quien ofrece una carta con 76 etiquetas, además de 10 opciones de vino por copa con denominaciones de origen de Francia.

Para comer se impone un rico tapeo, donde destacan el steak frites (bastones de entraña a la grilla con papas fritas y salsa holandesa), las croquetas de pulpo y sierra, las empanadas de carne mechada y queso además de deliciosos sándwiches. A la vez, la carta de platos se encuentra igualmente disponible.

En tanto, de jueves a sábado, Lumiere Bistró le pone ritmo a la tarde-noche y te invita a disfrutar de noches de barra con coctelería clásica y de autor y música de DJ en vivo. Ideal para un after office, una previa o simplemente para cerrar la semana con buena música y vista al cielo santiaguino.

Puerta del Sol 19, las Condes.



Etéreo

Con una vista inigualable hacia Santiago, el lugar se ha posicionado dentro de la oferta gastronómica capitalina. Al llegar sorprende su gran barra desde donde se preparan distintos cocktails como Melgin Spritz, el Negroni Bianco y el Tierra a la Vista y diferentes mocktails. Su terraza invita al disfrute de la familia y amigos con una gastronomía de alto nivel. Así, en su carta es posible encontrar variados appetizer como sus tablas de carnes, marina y de quesos. Todas abundantes y variadas.

Pero si tu idea es comer un plato, acá encuentras opciones que se enmarcan dentro del concepto de “cocina bohemia de autor”, como se definen en el lugar. De esta manera, dentro de la carta puedes encontrar platos tan variados como conejo laqueado, filete con risotto, pulpo confitado, ciervo y nabos, además de fetuccini pesto y champiñones, entre otros. Pero sin duda sus platos estrellas son la palta a la parrilla, el tiradito de locos, el garrón de cordero y el salmón trufado. Ya sea desde su terraza o desde su característica barra, será una gran experiencia.

Camino el Alba 11969 local 319, Las Condes.



Rooftop Casa Costanera

En lo alto del centro comercial Casa Costanera, se ha formado un nuevo polo gastronómico. Hablamos de la variada oferta que ofrece el lugar y que incluye distintos sabores para el deleite del visitante a cargo de los restaurantes presentes en el lugar: Miraolas, Fuku-sawa, Cosenza, Carmine, La Sagrada y YMA by Cocoa.

Nosotros nos fuimos por la comida italiana y aquí la oferta de Carmine destaca con una amplia variedad de pastas y risottos. Pero, su plato estrella es, sin duda, los fetuccini a la carbonara, compuestos por cintas caseras, con salsa a la carbonara romana, con guanciale, terminada con pistacho tostado. Para terminar, te invitamos a probar el clásico tiramisú italiano.

Pero si tu idea es compartir entre amigos o familia, Consenza es el lugar, de hecho cuentan con una carta especial que incluye desde un “frito mixto” de mariscos, provoleta con caponata burrata y sus clásicas pizzas a la pala. Si vas en grupo te aconsejamos pedir la que es para compartir en 8 porciones y que incluye 4 sabores diferentes. Todo es posible acompañar de deliciosos cocktails o una deliciosa copa de vino.

Av. Nueva Costanera 3.900, nivel 4, Vitacura.

¿QUÉ VER?

Por Rebeca Ubilla M.

Dos tumbas

A muy poco de su estreno, se transformó en una de las series más vistas de Netflix y en una de las producciones españolas más exitosas de los últimos años en la plataforma. En un pueblo costero de Málaga desaparecen dos adolescentes (Marta y Verónica). Tras dos años de investigación, sin resultados, la policía decide cerrar el caso por falta de pruebas. Frente a esta decisión, la abuela de Marta (interpretada por la famosa actriz Kiti Mánver) comenzará a investigar por su cuenta. En el camino, se aliará con un mafioso y destapará secretos inesperados, con lo que su búsqueda mutará a ansias de venganza. Una gran producción de crimen y misterio. En Netflix



The Pitt

La serie, protagonizada por Noah Wyle (presente en ER) y Katherine LaNasa, se acaba de llevar el reconocimiento a mejor serie dramática en los últimos premios Emmy, que se realizaron el pasado 14 de septiembre de 2025. La producción sigue el día a día de médicos, enfermeras y personal sanitario en una sala de emergencias de Pittsburgh. Lo distintivo es que cada temporada cubre un turno de 15 horas y cada episodio corresponde aproximadamente a una hora de esa jornada. Muy recomendada. En HBO Max.

La mujer del camarote 10

El thriller psicológico está protagonizado por Keira Knightley, una reconocida periodista que, por motivos laborales, debe cubrir el viaje inaugural del yate Aurora Borealis en Noruega. El panorama de desconexión se convierte en una pesadilla cuando, en medio de la noche, ella presencia cómo lanzan un cuerpo por la borda desde la cabina contigua a la suya.

Sin embargo, cuando da la alarma, ni la tripulación ni los otros pasajeros le creen, ya que no falta nadie a bordo y la cabina 10, de donde ella asegura haber visto caer a la víctima, aparece vacía e inexplicablemente sellada. La película está basada en el best seller homónimo de la escritora británica Ruth Ware. En Netflix.



¿QUÉ LEER?

Por Rebeca Ubilla M.

La Muerte Ajena

Una joven scort (Juliana) cae del quinto piso de un edificio en el acomodado barrio de Recoleta en Buenos Aires. El propietario del lugar es un destacado empresario agropecuario. Pronto una conocida periodista de investigación, Verónica Balda, descubre que la chica es su media hermana. Así parte “La muerte ajena”, la última novela de la destacada escritora, dramaturga y guionista de TV, Claudia Piñeiro.

Si bien la historia inicia con un hecho real, el relato que construye la escritora es ficción y aquí destaca el uso de distintas voces, las que nos irán contando diferentes versiones de los acontecimientos: está el relato que entrega una periodista, los escritos y guiones que se usaron para un documental, los escritos del novio de Verónica, las grabaciones que deja Juliana y la propia voz de su protagonista, Verónica Balda.

La historia destaca por describir el mundo de la prostitución de lujo y cómo sus mujeres se vinculan con políticos y empresarios, quienes sin pudor las exhiben en sus reuniones y viajes y construyen con ellas una vida paralela.

Asimismo, el libro también relata las dolorosas prácticas de la época de la dictadura argentina y deja de manifiesto cómo la incapacidad de los adultos para manejar sus conflictos termina marcando y afectando a terceros. Una historia cautivante, con atmósferas inquietantes, que te mantendrán atento y te hará ser parte de la investigación de los hechos.

Editorial: Alfaguara, Grupo Penguin Random



El Secreto de París

Si bien se ha escrito mucho sobre la Segunda Guerra Mundial, “El Secreto de París”, de Bryn Turnbull, nos lleva a otra dimensión de ella: el arte. Y es que como hoy se sabe, para los nazis cierto tipo de arte pasó a ser una práctica peligrosa. De hecho, el partido Nacional Socialista elaboró su teoría de “arte degenerado” al poco tiempo de ascender al poder y retiraron las piezas modernas de las colecciones públicas alemanas, ya que solo la pureza artística podía prosperar con esta ideología.

Así el relato, ambientado cuando los nazis ocuparon París, nos lleva a Sophie -quien huyó de Alemania junto a su hermano Dietrich- en busca de una vida libre de las ideas del Nacional Socialismo, pero el destino la hizo reencontrarse con esta ideología. Es en estos días, cuando se ve forzada a aceptar un puesto como restauradora de arte en el Museo Jeu de Paume, bajo la supervisión de la comisión de arte alemana que utiliza el lugar como depósito de las obras confiscadas a las familias judías. Junto a su cuñada, Fabienne, trabajarán juntas para “salvar” todas aquellas obras que el Tercer Reich quiere desaparecer por impuras y degeneradas. Juntas emprenden la aventura realizando hábiles falsificaciones para poder esconder las verdaderas pinturas. Un libro que nos vuelve a recordar el horror que supone la guerra y los efectos de las ideologías totalitarias en las distintas aristas de la vida de las personas.

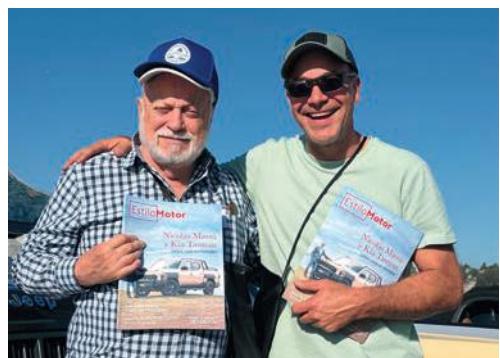
Editorial: Planeta

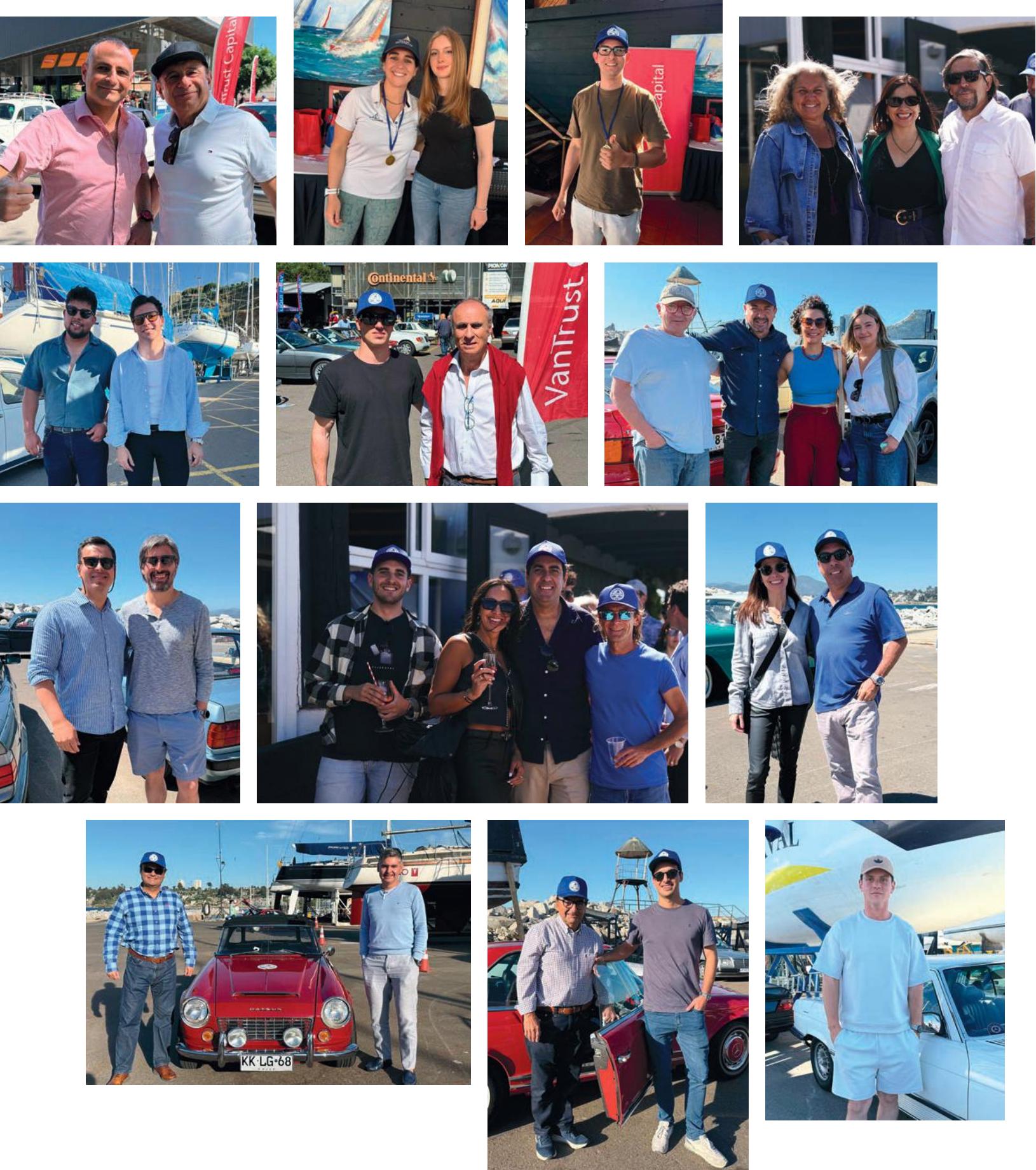


Paseo Club de Yates Higuerillas

Más de 60 ejemplares clásicos, de diferentes épocas, se dieron cita para formar parte del III Paseo de Autos Antiguos, en un viaje que nos llevó desde Santiago hasta el Club de Yates Higuerillas.

En la lista de inscritos figuraban automóviles de las más variadas procedencias, desde un hermoso Saab 900 descapotable fabricado en Suecia, hasta un coqueto Datsun Fairlady de origen japonés.





**CONFIAN
DESDE
SU ORIGEN**



SILVERADO HIGH COUNTRY

SOMOS CONFIANZA, SOMOS SILVERADO

ZA
EN



SILVERADO TRAIL BOSS



Manejemos
Juntos™



NEW 5008

MÁS ALLÁ DEL ESPACIO



7 ASIENTOS INDIVIDUALES
HÍBRIDO AUTO RECARGABLE
PANTALLA CURVA PANORÁMICA DE 21"



(*)Simulación corresponde a producto Compra Inteligente Maxx operado por Forum Servicios Financieros S.A, con un 49,95% de pie, 60 cuotas y cotón (cuota N° 61 VFMG). Válido para New 5008 Allure Hybrid 136hp AT. Precio lista corresponde a \$35.090.000. Precio con bono \$30.490.000, incluye bono de \$4.600.000, 60 cuotas de \$370.000 más cuota N° 61 de \$9.168.947 y un pie de 49,95% (\$15.231.225), CAE 24,41%, Costo Total del Crédito \$32.389.659, Monto Total del Crédito \$15.699.576, Costo Total del Vehículo \$46.600.172. Crédito sujeto a verificación de antecedentes financieros y comerciales del Cliente. Crédito incluye gastos operacionales y seguro de desgravamen. La contratación de cualquier seguro asociado al crédito ofrecido es de carácter voluntario. No válidos para Zona Franca. Vigencia promoción hasta 30 de noviembre de 2025. Color blanco nacarado tiene un valor adicional de \$200.000 pesos. La fecha de entrega será coordinada con el concesionario seleccionado, sujeta a confirmación respecto a cada cliente. Los precios publicados en el sitio no incluyen impuesto verde (impuesto a las emisiones contaminantes), el cual debe ser consultado y aplicado en el concesionario seleccionado al momento de la entrega.