LITORALPRESS

Fecha: 10-07-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Innovacion
Tipo: Portada
Título: PORTADA EL MERCURIO (INNOVACIÓN) CHILE

Pág. : 1
Cm2: 1.404,0

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

EL MERCURIO
innovación 344

SANTIAGO DE CHILE | 10 | 7 | 2025
Mail: innovacion@mercurio.cl
Instagram: @innovacion_elmercurio
Linkedin: Innovación El Mercurio

LAS DIFICULTADES DE INNOVAR DESDE LO INCÓMODO:

La fórmula de cuatro emprendedores que **convirtieron tabús en negocios**

Menopausia, disfunción eréctil, higiene íntima masculina y sexualidad en discapacidad. Estas *startups* decidieron abordar estos temas incómodos y crear soluciones concretas para una sociedad que, muchas veces, recién comienza a hablar de ellos.

FERNANDA GUAJARDO SEPÚLVEDA

Hay temas que rara vez aparecen en la agenda pública o en el radar de inversionistas: la salud menstrual, la menopausia, la sexualidad en personas con discapacidad, la higiene íntima masculina o la disfunción eréctil. En muchos casos, estas conversaciones se mantienen en lo privado, atravesadas por la vergüenza, la incomodidad o el desconocimiento. Pero esa barrera también ha comenzado a resquebrajarse, especialmente entre emprendedores que, desde la experiencia personal o profesional, identificaron necesidades que nadie estaba atendiendo.

En Chile, distintas *startups* y proyectos han optado por trabajar directamente con estos temas incómodos, no como una provocación, sino como una forma de responder a realidades que existen, aunque no se conversen. Algunos surgieron durante la pandemia; otros desde años de experiencia en el mundo médico o clínico. Varios han enfrentado rechazo, incomprensión o incredulidad, tanto del público como de potenciales inversionistas.

Aun así, han logrado avanzar, instalar la conversación y, en varios casos, cambiar la vida de sus usuarios. Revisamos cuatro de estas iniciativas: Neopausia, impulsadas por la emprendedora Nathalie Wilk; MyCocos, centrado en el cuidado íntimo masculino; Silla Full Life, que facilita el acceso a la sexualidad en personas con discapacidad, y CODI, un implante chileno de pene desarrollado por académicos de la UC.

HABLARLE SIN PUDOR AL CUERPO MASCULINO

Dakota Miranda, cofundadora de MyCocos.

"La idea no fue de marketing, fue como de sentido común", asegura Dakota Miranda, cofundadora de MyCocos, una *startup* que nació con una propuesta clara: ofrecer productos de cuidado íntimo masculino sin rodeos ni eufemismos. "Yo sentía que a los hombres también les importa cuidarse, pero nadie les hablaba bien, sin burlarse o sin reírse", dice.

La empresa lanzó su primera rasuradora diseñada especialmente para zonas íntimas, un producto que, aunque práctico, enfrentó de inmediato una barrera cultural. "Cuando hablábamos de genitalidad masculina de forma muy directa, muchos nos decían 'esto no se va a vender'". No se trataba de que el producto no sirviera, sino del choque con un lenguaje que aún incomoda.

Miranda y su equipo decidieron mantener su apuesta por la honestidad: "Nosotros decimos de frente a qué parte del cuerpo va dirigido el producto, y eso no lo hace nadie. No decimos 'zonas delicadas' ni usamos eufemismos".

También notaron que muchas mujeres reaccionaban positivamente. "Muchas nos escriben diciendo 'por fin algo para ellos también'. Porque el mundo del cuidado ha estado súper dirigido a mujeres". Desde el principio, MyCocos quiso romper con ese desequilibrio y ampliar la conversación, asegura Miranda.

"Hay un montón de hombres que también se depilan, que también quieren tener buena higiene, y nadie les habla. Y si les hablan, es como 'esto es para los que se creen metrosexuales' o se ríen de ellos. Y nosotros dijimos: esto no tiene nada de raro", afirma la cofundadora.

En un terreno olvidado, MyCocos encontró una comunidad que estaba esperando ser vista. Y lo hizo con una fórmula simple pero poderosa: llamar a las cosas por su nombre.

El equipo detrás de CODI: Alberto González, diseñador; Marcelo Marconi, médico cirujano y urólogo, e Iván Caro, diseñador.

UNA INNOVACIÓN MÉDICA QUE ROMPE EL SILENCIO SOBRE LA DISFUNCIÓN ERÉCTIL

La disfunción eréctil severa afecta a una parte de la población masculina que, muchas veces, no encuentra solución en los tratamientos farmacológicos convencionales. Para esos casos, las alternativas suelen ser implantes invasivos, mecánicos, o que requieren cierta destreza para ser manipulados. En ese contexto, un equipo interdisciplinario de la Universidad Católica, compuesto por los diseñadores Iván Caro y Alberto González, y los médicos urólogos Marcelo Marconi y Óscar Inzunza, comenzó a trabajar en una propuesta distinta: un implante que fuera funcional, pero también comprensible, accesible y menos intimidante para los usuarios.

Así llegaron a CODI, un implante peneano semirrígido que se activa manualmente mediante un sistema de doblado y extensión. Todo el mecanismo queda ubicado dentro del cuerpo y no depende de bombas, válvulas ni dispositivos hidráulicos. La idea fue simplificar el uso y devolver al paciente cierto grado de control. "El foco estuvo en que fuera fácil de manipular por el paciente. Que no fuera invasivo al tacto, que no diera miedo", explica Alberto González. En otras palabras, el diseño debía ser anatómico, discreto y permitir una manipulación intuitiva.

Pero uno de los desafíos más grandes no fue técnico, sino cultural. Hablar del proyecto, ya fuera en entornos médicos, académicos o públicos, requería sortear silencios y prejuicios. "Nos costaba explicar qué estábamos haciendo, y eso había del tabú que existe. Había que buscar las palabras, buscar cómo mostrarlo, incluso con los médicos", relata González. El equipo comprendió rápidamente que diseñar un implante para una función íntima era también enfrentarse a un campo lleno de reticencias y vacíos de conversación.

Por eso, además de su funcionalidad, CODI pone atención en el lenguaje y la estética: no busca parecer un dispositivo clínico, sino algo que pueda formar parte de la vida cotidiana sin generar rechazo. Ese enfoque ha permitido abrir un espacio de diálogo inusual en torno a la salud sexual masculina, particularmente en un contexto donde muchas veces el cuerpo (y especialmente el cuerpo afectado) se reduce a un problema técnico.

Actualmente el implante sigue en etapa de validación, y su comercialización aún no tiene fecha definida. Aun así, el equipo espera que su trabajo contribuya no solo a ofrecer una solución técnica, sino también a ampliar los límites de lo que se conversa, y se diseña, en torno a la sexualidad.

LA MENOPAUSIA COMO MOTOR DE INNOVACIÓN

Nathalie Wilk, CEO de Neopausia, junto a la ginecóloga María de los Ángeles Larraín, y su socio Allan Guiloff.

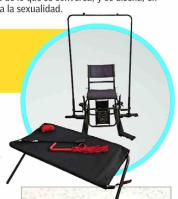
Nathalie Wilk ya había fundado Culotte, marca de calzones menstruales en Chile, cuando decidió enfrentar un nuevo tema incómodo: la menopausia. Desde su experiencia previa, entendía que muchas mujeres atravesaban esta etapa sin información, acompañamiento ni productos adecuados, y que el silencio en torno a este proceso era profundo, incluso entre mujeres. "Nadie te felicita por tu menopausia, (...) tiene esa connotación negativa", señala.

Así nació Neopausia, una plataforma que entrega herramientas para acompañar el climaterio, con contenidos educativos elaborados por especialistas, una herramienta de autodiagnóstico, y acceso a asesoría médica especializada. "Puede ser una etapa muy buena en la vida de la mujer, si sabe manejar sus síntomas, (pero son) esos síntomas los que muchas no saben y sufren sin soluciones", explica Wilk.

Aunque los mensajes de mujeres agradecidas no han parado de llegar, explica la CEO, abrir camino en este espacio no ha sido fácil. "Ahora en Neopausia igual recibimos como... rechazo muy amable, pero de muchos inversionistas que ven el tema como 'ah, ya, es de nicho', y es como no... la mitad de la población está con eso (menopausia)", relata. A pesar de esos "muchos nos", como los describe, Wilk sigue apostando por visibilizar esta etapa de la vida: "Somos un tabú, exactamente, y eso está impuesto desde hace muchos años en la sociedad".

Desde su experiencia con ambos proyectos, Wilk ha identificado la importancia del enfoque comunicacional al abordar temas históricamente silenciados. "Podrías crear una marca y decir 'qué lata tu menstruación, aquí te tengo la solución'. Pero llevarlo siempre de lo positivo", explicó, haciendo alusión a la diferencia entre proponer una solución desde el rechazo o desde la comprensión. Su apuesta ha sido construir un relato que no refuerce estigmas, sino que permita hablar con naturalidad de lo que viven tantas mujeres en distintas etapas de su vida.

AUTONOMÍA SEXUAL DESDE EL DISEÑO INCLUSIVO



Fernanda Arenas, fundadora de Somos Pura Vida

Según relata la fonoaudióloga Fernanda Arenas, fundadora de Somos Pura Vida, todavía persiste la idea errónea de que una persona en silla de ruedas "no necesita" tener vida sexual. "¡Me han dicho hasta pervertida! Me cuesta creer que haya gente que piense que las personas con discapacidad no tienen derecho a tener sexo", comenta. Esta omisión, explica, fue precisamente lo que la motivó a desarrollar una solución concreta: una silla pensada para facilitar el acto sexual a personas con movilidad reducida.

La idea surgió desde su experiencia profesional. Arenas había trabajado por años en rehabilitación, era evaluadora del Registro Nacional de Discapacidad (IVADEC) y mantenía contacto con usuarios. "Tenía un amigo en silla de ruedas que me habló de una silla que facilitaba el acto sexual. Yo no lo podía creer, nunca había escuchado de algo así. Y cuando la vi en internet, pensé que podía hacerse mucho mejor", recuerda. Así comenzó el desarrollo de la Silla Full Life, un producto diseñado a partir de pruebas, rediseños y validaciones, que buscaba cumplir estándares reales de seguridad y funcionalidad.

El primer prototipo fue una alerta. "Se apretó los dedos, fue terrible. Me di cuenta de que esto no podía ser algo hecho a la rápida ni barato. Tenía que ser un producto de calidad", asegura. Con recursos limitados, postuló a fondos públicos y accedió al programa Semilla Inicia de Corfo. Eso le permitió avanzar hacia un modelo más robusto, que fue sometido a pruebas de volcamiento, tracción de telas y armado.

A pesar del avance técnico, la creadora notó que aún había barreras importantes. En una feria inclusiva, una persona quiso probar la silla, pero no logró hacer el traspaso desde su propia silla de ruedas. "Ahí entendí que no era tan inclusiva como pensaba. La idea es que una persona pueda tener control total de su vida, sin depender de otros para algo tan íntimo". A partir de ese caso, desarrolló una barra adicional que permite afirmarse con las manos y facilitar el traspaso. Hoy, esa versión más accesible ya está en el mercado.