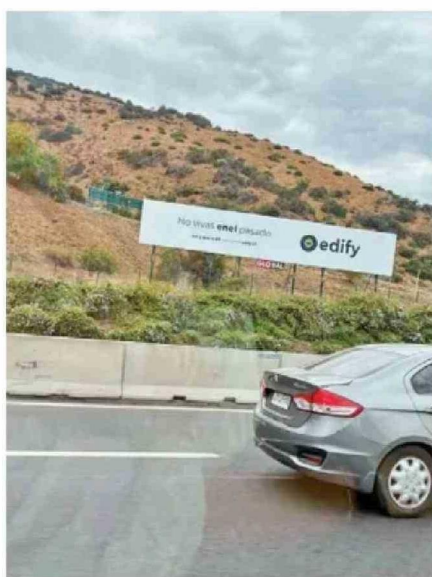


Fecha: 22-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: EDIFY: LA STARTUP QUE DESAFÍA A ENEL CON PUBLICIDAD EN LA AUTOPISTA

Pág.: 6
Cm2: 215,0
VPE: \$ 1.905.287

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

EDIFY: LA STARTUP QUE DESAFÍA A ENEL CON PUBLICIDAD EN LA AUTOPISTA



En los últimos días un cartel ha llamado la atención en la Costanera Norte; con el fondo blanco y letras negras dice: "No vivas enel pasado", subrayando "enel". Y abajo: "Luz y gas a \$ 0, cotiza en edify.cl". Detrás de esa ofensiva publicitaria está Edify, una empresa de eficiencia energética residencial que instala paneles solares y bombas de calor en casas, con el objetivo de reducir las cuentas de electricidad y gas sin inversión inicial por parte del cliente.

El cartel es parte de la campaña con la que la startup busca instalar la idea de que existen alternativas en un mercado donde se posiciona así como una alternativa dentro de una industria donde los consumidores no eligen proveedor: "Lo que nosotros proponemos es que la gente elija, y nos definimos como el Starlink de la eficiencia energética residencial", explica el CEO, Felipe Cruz Alliende.

El sistema funciona con financiamiento externo del fondo Alfa. La empresa instala los equipos y el cliente paga una cuota mensual, siempre menor a lo que pagaba antes en servicios básicos. Los contratos pueden extenderse hasta 25 años, aunque también ofrecen pago al contado o en cuotas. En todos los casos, el cliente es el dueño de los paneles.

"Si una persona paga \$ 100 mil al mes en luz, nosotros instalamos paneles sin inversión inicial, la cuenta se va a cero o casi cero y nos paga una cuota de aproximadamente \$ 60 mil", detalla Cruz.

Actualmente trabajan en la Región Metropolitana, Valparaíso y O'Higgins. Casi todo el proceso de compra es digital: cotización online, revisión técnica remota a través de Google y firma electrónica. La instalación puede concretarse en dos semanas y toma entre dos y cinco días.

La empresa nació en enero de 2023, fundada por tres primos que inicialmente buscaron trabajar para reducir gastos comunes en edificios, pero el modelo no avanzó. El arranque fue con recursos propios, donde buscaban crecer con las ventas antes de ir a levantar fondos. Sin embargo, a fines de 2024 realizaron una ronda *family and friends* por US\$ 50 mil. Luego, en 2025, cerraron una ronda puente por US\$ 200 mil con un inversionista ángel.

En su primer año registraron ventas por cerca de US\$ 50 mil. En 2024, la cifra subió a US\$ 600 mil. Actualmente las ventas mensuales rondan los \$ 180 millones, con un crecimiento cercano al 10% mensual con un equipo de sólo siete personas.