

● TECNOLOGÍA

LA VITRINA GLOBAL DONDE LAS START-UPS MARCAN EL PULSO DE LA INNOVACIÓN

MWC 2026. *Emprendimientos de todo el mundo presentaron soluciones en Barcelona.*

Arturo Catalán, Barcelona.

En paralelo al Mobile World Congress 2025, el evento 4YFN volvió a consolidarse como el epicentro mundial del emprendimiento tecnológico. Más de 1.500 *start-ups* provenientes de distintos continentes exhibieron desarrollos en inteligencia artificial, salud digital, *fintech*, ciberseguridad, robótica, sostenibilidad y plataformas de automatización.

A diferencia de los grandes pabellones dominados por multinacionales, 4YFN (pabellones 8.0 y 8.1) opera como un laboratorio del futuro. Aquí no sólo se presentan prototipos; se validan modelos de negocio, se concretan reuniones con fondos de inversión y se construyen redes que pueden determinar el salto internacional de una empresa emergente. Es el punto de encuentro entre innovación temprana y capital de riesgo. Ahí encontramos una decena de compatriotas, algunos como expositores y otros explorando alian-



FOTOS: A. CATALÁN

BARCELONA APROVECHA ESTA INSTANCIA PARA PRESENTAR LO MEJOR DE SUS EMPRENDIMIENTOS Y START-UPS.

zas estratégicas.

Para Vady Guerra, chileno radicado hace una década en España y vicepresidente para América Latina de InNet, la principal ventaja de participar en 4YFN es la posibilidad de escalar en el mercado europeo. "Este espacio permite ampliar redes de contacto, acceder a potenciales distribuidores y conectar con

inversionistas internacionales. Es una puerta de entrada real a Europa", señala.

Sin embargo, persiste una interrogante: ¿por qué históricamente el emprendedor chileno ha mirado más hacia Estados Unidos que a Europa? Fernando Benavides, *country manager* de Ennovate Chile y Colombia, sostiene que la explicación es cultura

ral y estructural. "Desde los años 80, Chile ha tenido una fuerte influencia económica y política de Estados Unidos. Además, el ecosistema global de capital de riesgo y aceleradoras se consolidó en Silicon Valley. Europa, en cambio, ha sido percibida como un mercado fragmentado, con múltiples idiomas y regulaciones", explica.

CS