



**EDUARDO DELLA MAGGIORA, CEO DE BETTERFLY:**

# “La valorización es solo un número, no nos enfocamos en la etiqueta de ‘unicornio’”



BETTERFLY

**B**etterfly pasó de ser una startup con una idea innovadora a convertirse en el primer ‘unicornio social’ de América Latina. Pero en un ecosistema donde varias empresas tecnológicas han visto caer su valorización y han debido reestructurarse, ¿cómo se mantiene Betterfly? Aquí, su CEO, Eduardo della Maggiora, explica cómo enfrentan la incertidumbre del mercado, qué riesgos han asumido en su rápida expansión y qué tan realista es su visión del futuro.

—Betterfly se enfoca en unir bienestar y protección financiera. Ahora han dado un paso más con Buddy IA. ¿Es esto una evolución natural o una estrategia para no quedarse atrás en la ola de la IA?

“Es una evolución natural. Desde el primer día, nuestro objetivo ha sido democratizar el acceso a la salud y la protección financiera, y la inteligencia artificial es una herramienta clave para lograrlo a gran escala. Buddy es un asistente que personaliza recomendaciones de salud, optimiza seguros y ayuda a reducir costos médicos. No es solo seguir una tendencia tecnológica”.

—¿Cómo se diferencia Buddy IA de otras soluciones de inteligencia artificial en salud?

“Lo que hace única a nuestra plataforma es la capacidad de integrar información del sistema de salud con datos personales del usuario para ofrecer recomendaciones hiperpersonalizadas. Además, estamos incorporando aprendizaje continuo, lo que significa que Buddy mejora con cada interacción. También estamos expandiendo su alcance con nuevas funcionalidades, como la integración con farmacias para recomendar opciones más accesibles y el monitoreo de hábitos saludables con dispositivos portátiles”.

—En mercados con regulaciones sanitarias tan distintas, ¿es viable es escalar un modelo así?

“Es cierto que la medicina preventiva es bastante homogénea en distintos países, pero el acceso a la salud tradicional varía enormemente. Para adaptar Buddy, hemos desarro-

**Betterfly apuesta por la inteligencia artificial con Buddy, su nuevo asistente virtual para mejorar el acceso a la salud. En esta entrevista, su fundador comparte su visión sobre el crecimiento de la compañía y los desafíos de la industria. FERNANDA GUAJARDO**

llado modelos específicos para cada país, integrándonos con sistemas de salud públicos y privados locales. Además, actualizamos constantemente nuestra base de datos con nuevos planes de salud y cambios en regulaciones para garantizar que nuestras recomendaciones sean confiables. Es un proceso en evolución, pero con el tiempo podremos ofrecer una plataforma de salud verdaderamente global”.

—Muchas startups han tenido que hacer recortes drásticos tras el boom de inversiones de 2021. ¿Cómo le ha ido a Betterfly?

“Hemos hecho ajustes, como cualquier empresa que crece rápido. Lo importante es que esos ajustes no han sido para sobrevivir, sino para optimizar nuestro crecimiento. En 2021 y 2022 había mucha liquidez en el mercado, lo que permitió crecer aceleradamente, pero el escenario cambió y adaptarse es clave”.

—Betterfly creció con una promesa de impacto social. ¿Cómo garantiza que esto no se diluya con la presión de rentabilidad?

“El impacto social no es un complemento, es el núcleo de nuestro modelo de negocio. Nuestra propuesta siempre ha sido que hacer el bien y generar crecimiento económico no son mutuamente excluyentes. La clave está en diseñar modelos sostenibles, donde el valor que creamos para las empresas y los individuos también genere impacto positivo en la sociedad”.

—¿Cómo han manejado la presión de ser un ‘unicornio’ en un contexto donde muchas empresas han visto caer sus valorizaciones?

“La valorización es solo un número, un punto en el tiempo. Lo que realmente importa es la capacidad de generar valor sostenible. No nos enfocamos en la etiqueta de ‘unicornio’,

sino en seguir construyendo soluciones que las empresas y las personas quieran usar. Hemos sido prudentes en la gestión financiera y seguimos invirtiendo en innovación porque creemos en la oportunidad a largo plazo”.

—Además de Buddy IA, ¿qué otros planes tiene Betterfly para el futuro cercano?

“Estamos explorando nuevas integraciones tecnológicas y alianzas estratégicas para fortalecer nuestro ecosistema. Queremos ampliar nuestras soluciones en salud preventiva con herramientas que permitan a los usuarios tener un monitoreo aún más detallado de su bienestar. También estamos desarrollando programas específicos para empresas, con el fin de ayudarlas a mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y optimizar sus costos”.

—Se ha hablado de la posibilidad de una salida a la bolsa. ¿Sigue en los planes?

“Es un objetivo natural para una empresa como la nuestra. Un IPO nos permitiría escalar aún más nuestra visión de impacto social. Sin embargo, no tenemos una fecha. Aún hay mucho por construir y nuestro foco está en seguir innovando. Si llegamos a un punto donde salir a la bolsa acelere nuestro impacto, lo consideraremos, pero ahora seguimos enfocados en nuestra misión”.

—Finalmente, hay escepticismo sobre algunas startups...

“Los ciclos de mercado siempre han existido y seguirán existiendo. Lo importante es la capacidad de adaptación. En Betterfly seguimos enfocados en resolver problemas reales y en ofrecer soluciones concretas. No construimos la empresa para una moda pasajera, sino para generar impacto a largo plazo. Y los modelos que realmente aportan valor son los que perduran”.

**El emprendedor, radicado en EE.UU., afirma: “No construimos la empresa para una moda pasajera, sino para generar impacto a largo plazo”.**