

Fecha: 20-07-2025
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: ¿CÓMO LLEGÓ PALPA A SUIZA?

Pág. : 8
Cm2: 145,9

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

¿CÓMO LLEGÓ PALPA A SUIZA?

Ya es conocido en Chile. Palpa es un dispositivo que permite a mujeres realizarse un autoexamen en la ducha e identificar a tiempo un posible bulto sospechoso en la mama. La iniciativa fue creada en 2019 por la diseñadora chilena Josefa Cortés y actualmente cuenta con clientes en Chile, España... y ahora Suiza.

Hace dos semanas, la aseguradora de vida más grande de Suiza, Groupe Mutuel, compartió en sus redes sociales un video de jóvenes interactuando con el producto chileno en un stand de activación instalado en la meta de una corrida organizada especialmente para mujeres, en concientización del cáncer de mama. En el video, las jóvenes del país europeo opinaron sobre el dispositivo chileno.

¿Cómo llegó Palpa a Suiza? Su fundadora explica a DF MAS que entre 2023 y 2024 la startup fue acelerada por Tech 4 Eva, programa de origen suizo dedicado a orientar a emprendimientos ligados al



mundo de la salud femenina que, durante seis meses, le permitió a Cortés establecer contacto con diferentes empresas de gran relevancia en el país y aprender más sobre su mercado. Durante el proceso siempre mantuvo como objetivo el poder llegar a contactar a la aseguradora Groupe Mutuel, auspiciadora oficial del programa de aceleración.

En 2023, la chilena contactó a un trabajador de la compañía y le presentó su producto. "Lo amaron", asegura. Su iniciativa llegó hasta oídos del gerente de innovación de Groupe Mutuel, con quien negoció una primera activación en conjunto. Luego participó de un webinar en inglés sobre

el cáncer de mama, y regaló palpas a las trabajadoras suizas. A partir de ahí, han hecho diversas activaciones en conjunto. La última, la corrida femenina en las ciudades de Basilea y Winterthur.

Actualmente, Josefa Cortés está instalada en Estados Unidos. "La estructura de Palpa siempre estuvo pensada en EEUU", cuenta. Ahora, el foco de la startup está puesto en encontrar un partner allá, "que podría ser una aseguradora o farmacéutica, y así poder llegar a miles de mujeres en el mundo", dice Cortés.