



**PALPA es un dispositivo para entrenar la técnica del autoexamen de mamas.**



**NOMBRE STARTUP:** Palpa

**TRL:** 9

**ÁREA:** Salud

**EQUIPO QUE CONFORMA LA EBCT:**



**Josefa Cortés,**  
Fundadora y CEO.  
Diseñadora integral, UC.



**Inés Balbontín,**  
Jefa comercial.  
Administradora de servicios,  
UAndes.



**Josefa Diez,**  
Jefa marketing.  
Ingeniera Comercial, UC.



**María Ignacia Tocornal,**  
Finanzas.  
Ingeniera Comercial, UC.



**Bernardita Smith,** Diseño.  
Diseñadora,  
UDD.



**Cecilia Valenzuela,**  
Ventas.  
Administradora de servicios,  
UAndes.



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA VINCULADA:**

Pontificia Universidad Católica de Chile



**PROBLEMA:**

En los últimos 30 años, el cáncer de mama en mujeres menores de 40 años se ha duplicado principalmente debido a cambios en los hábitos de vida. Estas mujeres, debido a la densidad de sus mamas, no pueden detectar tumores mediante mamografías, sino que sólo a través del tacto periódico de sus mamas. Sin embargo, al no estar en la edad de mayor riesgo, no reciben suficiente educación sobre el autoexamen, lo que hace que no lo realicen correctamente y no detectan tumores a tiempo.

**SOLUCIÓN:**

PALPA es un dispositivo para la ducha que ayuda a las mujeres jóvenes a practicar el autoexamen de mamas. Tiene la forma de una mama hecha de plástico blando relleno de jabón líquido, y contiene un tumor simulado que se puede palpar. Además, incluye un masajeador para usar durante la ducha, facilitando la creación del hábito del autoexamen de forma natural y ayudando a detectar el cáncer de mama a tiempo.



## APLICACIÓN:

PALPA es un producto diseñado para ser utilizado en la ducha, permitiendo a las mujeres realizar el autoexamen de mama de manera privada e íntima. Su objetivo es educativo, ayudando a las mujeres a practicar y familiarizarse con esta técnica para conocer mejor su cuerpo, detectando cambios y anomalías a tiempo.



## HITOS ALCANZADOS:



## MODELO DE NEGOCIOS:

Venta del producto tanto en B2B como en B2C, concluyendo que existe un fuerte interés en la adquisición al por mayor por parte de empresas privadas y entidades públicas. Este modelo es mucho más rentable, ya que se complementa con capacitaciones y formaciones sobre el cáncer de mama. Han trabajado con más de 250 entidades en Chile, abarcando diversos sectores, como bancos, empresas agrícolas y mineras, con el objetivo de capacitar a colaboradoras o comunidades en esta temática.

## PRÓXIMO PASOS:

1. Concretar alianzas con empresas de marketing para realizar 5 - 10 campañas de marketing y departamentos de recursos humanos para llegar al público objetivo y cerrar venta con al menos 2 aseguradoras en 2025 en España.
2. Realizar entrevistas locales en alianza con grandes marcas del sector femenino para posicionar la marca en España.
3. Fortalecer las capacitaciones y talleres en Chile, especialmente en centros de educación y establecimientos de salud, como parte de políticas públicas. Además, se busca integrarlo como un beneficio en las aseguradoras para 2024.
4. Desarrollo de un complemento digital que permitirá recopilar información de la usuaria y poder hacer seguimiento al uso del producto.

## IMPACTO PAÍS:

Palpa contribuye a tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- ODS 3: Salud y Bienestar.
- ODS 4: Educación de Calidad.
- ODS 5: Igualdad de género.



Para más información ¡escríbenos! a [contacto@hubtec.cl](mailto:contacto@hubtec.cl) o visita [www.hubtec.cl](http://www.hubtec.cl)