

# Catálogo con propósito

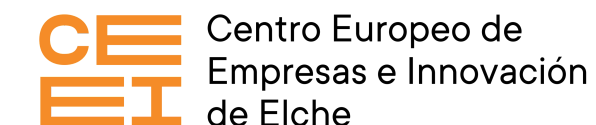
Un gigante de la belleza convierte su red de  
distribución en herramienta de salud  
preventiva

– SANIDAD Y SALUD –

FINANCIA:



COORDINA:

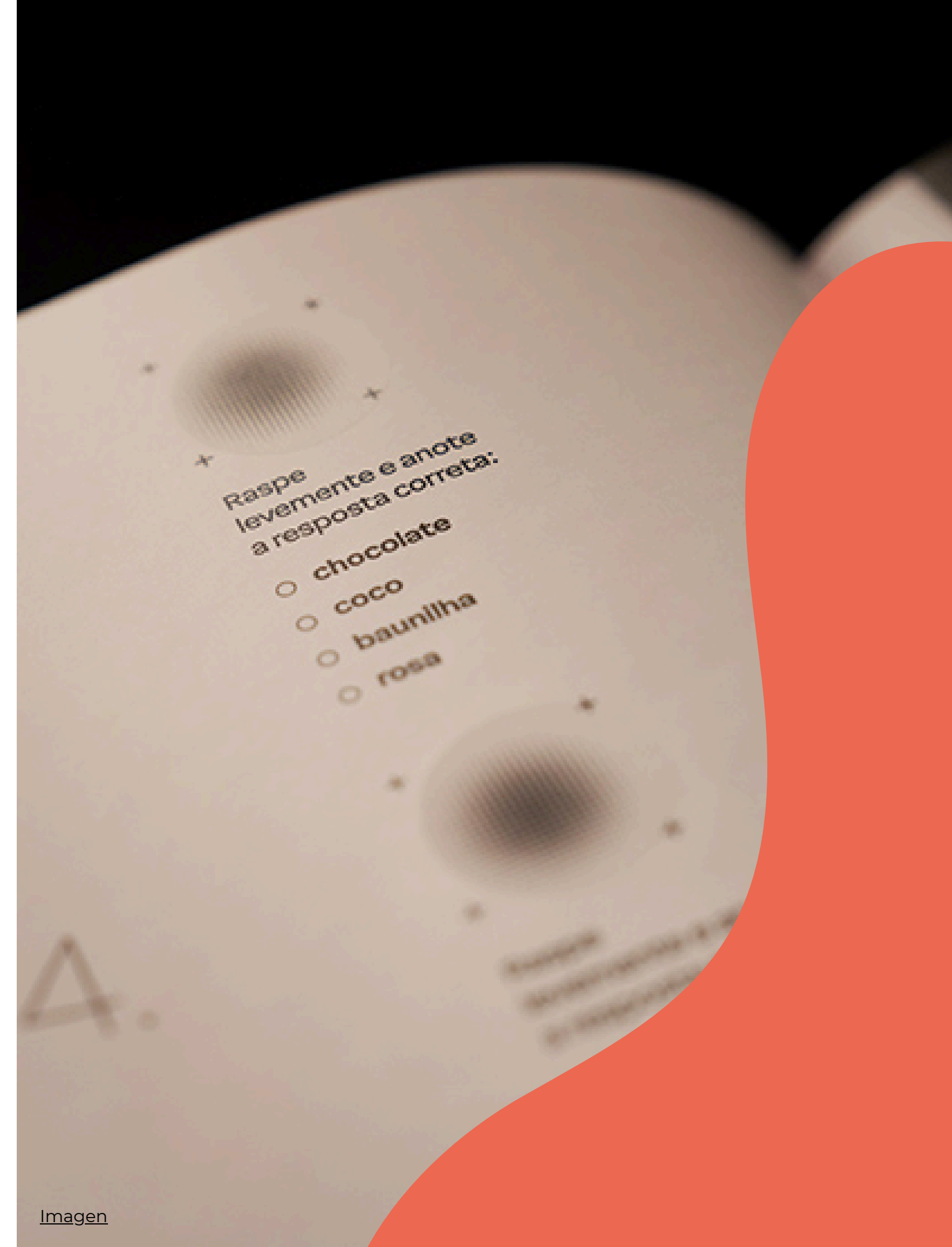


# RESUMEN EJECUTIVO

La empresa brasileña Natura transformó su tradicional catálogo de ventas en un dispositivo de detección temprana de enfermedades neurodegenerativas, incorporando pruebas olfativas sencillas.

Este enfoque convierte un canal familiar de marketing en una herramienta de salud pública de alto alcance, con especial foco en mujeres, quienes son las más afectadas por estos diagnósticos.

Fuente



Imagen

# CONTEXTO

Enfermedades como el párkinson y el alzhéimer suelen detectarse tarde, cuando los síntomas ya son evidentes.

La pérdida del olfato es una señal temprana, pero pocas personas lo asocian con un riesgo médico.

Al sumar esta prueba a su catálogo, Natura aprovecha un soporte cotidiano y de gran circulación para democratizar la detección inicial y conectar a los usuarios con evaluaciones clínicas más completas en alianza con NoAr Salud.



# TENDENCIAS RELACIONADAS



## Health-embedded commerce

Productos de consumo que integran funciones de salud

---



## Prevención accesible

Iniciativas que reducen barreras de acceso a diagnósticos.

---



## Femtech ampliado

Soluciones de salud diseñadas para el segmento femenino, en este caso a través de canales donde las mujeres son mayoría.

---



## Colaboración público-privada

Empresas que extienden su alcance logístico y comunicacional al servicio de la salud pública.

# ¿POR QUÉ AHORA?

- La OMS alerta que **solo se diagnostica un 10 % de los casos de demencia** y que el número de pacientes crecerá exponencialmente con el envejecimiento poblacional.
- Brasil vive un **fuerte proceso de envejecimiento** demográfico: para 2040, más del 20 % de su población tendrá más de 60 años.
- La **digitalización de la salud** permite escalar pruebas y evaluaciones con rapidez y bajo costo.
- Las marcas buscan diferenciarse **aportando impacto social tangible** más allá de la venta.



# OPORTUNIDADES



## Módulos de salud preventiva

Marcas con catálogos, apps o dispositivos masivos pueden sumar módulos de salud preventiva (ej. pruebas de visión, chequeos de piel, monitoreo cardíaco).



## Kits diagnóstico temprano

Startups y pymes pueden desarrollar kits de diagnóstico temprano en alianza con canales de retail.



## Redes de distribución

Instituciones de salud pública pueden apalancar redes privadas de distribución para escalar programas de detección en comunidades de difícil acceso.

# CONCLUSIONES

El caso de Natura muestra cómo un soporte tradicional puede reinventarse como plataforma de salud preventiva, multiplicando su impacto social y reforzando la relación con sus clientes.

Para emprendedores y empresas, la lección es clara: los canales existentes pueden convertirse en vehículos de innovación en salud, creando valor compartido para el negocio y la comunidad.





# Cooperar para innovar y transformar

[www.sommos-connecta.com](http://www.sommos-connecta.com)

FINANCIA

COORDINA