

Aby życie było piękne. Najlepsze startupy poprawiające nasze zdrowie i dobrostan



DERMOTECH BEAUTY

Kuba Dobroszek © 31.05.2022 Aktualizacja: 25.05.2022



Algorytmy pomagające wyjść z depresji, indywidualne suplementy diety, zdrowa żywność trafiająca wprost do waszych domów... Polskie startupy udowadniają, że well-being naprawdę jest na wyciągnięcie ręki!

ARTYKUŁ BEZPŁATNY

z miesięcznika „My Company Polska”, wydanie 6/2022 (81)
Zyskaj dostęp do bazy artykułów z „My Company Polska” **Zamów teraz!**

„Zdrowy styl życia” to hasło wyświechtane, hasło banalne, ale wciąż niezwykle ważne. Może ważniejsze niż kiedykolwiek. Nie trzeba być przenikliwym naukowcem, żeby zaobserwować, jak wiele w naszych codziennych przyzwyczajeniach zmieniła pandemia. Eksperci od dawnagrzmia, że forma i kondycja Polaków po miesiącach pandemicznych są na alarmująco niskim poziomie. Choć w wielu aspektach życia w dużym stopniu wróciliśmy do rzeczywistości znanej sprzed kilku lat, niektóre zbawienne dla organizmu nawyki porzuciliśmy i jakoś nie chcemy sobie o nich przypomnieć.



Ciekawie w tym kontekście zrobiło się w branży medtechów. Z raportu „Can medtech start-ups show us where the industry is headed?” przygotowanego przez firmę doradczą Deloitte wynika, że 46 proc. medycznych startupów skupia się na profilaktyce, diagnozie i trosce o dobre samopoczucie pacjenta, a zaledwie 19 proc. koncentruje się na samym leczeniu.

Firmy i startupowcy rezygnują ze specjalizacji w konkretnych obszarach terapeutycznych, gdyż coraz powszechniejsze stało się holistyczne podejście do odbiorcy, i to nie samo leczenie jest w cenie, lecz robienie wszystkiego, by do niego nie doszło. Co akuratnie powinno zaskakiwać...

Jeśli dodamy do tego coraz powszechniejszą modę na roślinne zamienniki mięsa, jeszcze ciekawsze proekologiczne rozwiązania (o niektórych przeczytacie w naszym materiale poświęconym firmom zmieniającym świat) i rosnące znaczenie zdrowia psychicznego, to wniosek nasuwa się sam – zdrowy styl życia przestaje być wyłącznie modnym trendem, na zdrowy styl życia jest popyt. A wraz z popytem idzie podaż innowacji.

W poniższym zestawieniu wyróżniliśmy startupy, dzięki którym dbanie o siebie staje się łatwiejsze. Wychodzimy z założenia, że zdrowy styl życia łączy się również z podtrzymywaniem własnych pasji, dlatego zdecydowaliśmy się opisać także inicjatywę, która wspiera zakochanych w śpiewaniu.

Bo przecież co to za well-being, kiedy hobby nie sprawia nam satysfakcji?!

DERMOTECH BEAUTY

Aneta Czaplicka i Paulina Stopczyk (prywatnie kuzynki), razem z dr. Mariuszem Bosiakiem i dr. Andrzejem Wolanem, jako pierwsi na świecie wspólnie opracowali metodę syntezy czystego ksantohumolu, którą można wykorzystać m.in. w przemyśle kosmetycznym. Nazwa substancji jest skomplikowana? To tak naprawdę związek organiczny znajdujący się chociażby w szyszkach chmielu, wykazujący właściwości 30-krotnie skuteczniejsze od witaminy C, która jest dziś jednym z najpopularniejszych antyoksydantów. – Ksantohumol jako cząsteczka jest bardzo dobrze znana nie tylko w świecie kosmetycznym, ale również naukowym. W tej chwili jest dokładnie badana pod kątem właściwości przeciwwirusowych, wcześniej analizowano ją głównie pod kątem prewencji onkologicznej – tłumaczy Paulina Stopczyk.

Paulina jest magistrem kosmologii, natomiast Aneta to lekarz weterynarii odnajdująca się w działaniach marketingowych. Przedsiębiorczynie po raz pierwszy zetknęły się z ksantohumolem ponad pięć lat temu. Do toruńskich naukowców – pracujących pod kierownictwem dr. Bosiaka i dr. Wolana – zgłosiły się z gotowym pomysłem wykorzystania związku w profesjonalnych kosmetykach. – Ksantohumol m.in. działa przeciwgrzybiczo, przeciwbakteryjnie, wspomaga gojenie ran – wyliczają założycielki Dermotech Beauty.

Pomimo pandemii udało się im wprowadzić na rynek kolejne produkty, zorganizować liczne szkolenia, a także stworzyć markę PRO XN przeznaczoną głównie do gabinetów medycyny estetycznej. – Nie kierujemy się żadnymi trendami, robimy swoje, wypełniając pewną niszę. Nasze produkty są minimalistyczne, jeśli chodzi o ich gamę, gdyż wychodzimy z założenia, że skóra nie wymaga nakładania wielu warstw różnych produktów. Jesteśmy w trakcie ekspansji zagranicznej, bardzo mocno zerkamy w kierunku Hiszpanii i Wielkiej Brytanii, gdzie nawiązaliśmy już pierwsze współprace, ale otwieramy się także na Amerykę Południową – podsumowuje Aneta Czaplicka.

