



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL COMUNICADO DE PRENSA

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

México, D.F., a 12 de mayo de 2015

LAVAN ROPA CON BACTERIAS Y GANAN PREMIO NACIONAL Y LATINOAMERICANO

- Alumnas del IPN y de la UNAM conjuntaron conocimientos para triunfar en el *Henkel Innovation Challenge*
- Desarrollaron un proyecto que no necesita agua, detergente u otro aditivo para lavar la ropa

C-107

Alumnas del Instituto Politécnico Nacional (IPN) y de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) conjuntaron sus conocimientos de química y marketing para obtener el primer lugar nacional y segundo en América Latina, de la Octava Edición del *Henkel Innovation Challenge*.

La empresa alemana *Henkel* invita a estudiantes universitarios a participar con una idea innovadora sustentable para el año 2050 dentro de las tres áreas estratégicas que maneja: Detergentes y cuidado del hogar; Cosmética y cuidado personal, así como Tecnologías adhesivas.

Paulina Mar Lucas, alumna de octavo semestre de la carrera de Negocios Internacionales de la Escuela Superior de Comercio y Administración (ESCA), Unidad Santo Tomás, y Valeria Cruz, estudiante de Ingeniería Química de la UNAM, participaron con el proyecto “Nuevo Sistema de Lavado de Ropa por Bacterias” que no necesita agua, detergente u otro aditivo.

La alumna politécnica se encargó de elaborar todo el proyecto de marketing, mientras que Valeria laboró en la modificación de la bacteria, que está patentada por la UNAM, pero únicamente es utilizada en metales. Paulina explicó que esta bacteria se encuentra físicamente en un líquido que se rosea en la ropa con un aerosol.

Refirió que la convocatoria del concurso se abrió en el verano pasado y se cerró en diciembre; “nosotras calificamos y en enero de este año nos informaron que habíamos sido seleccionadas para la etapa nacional que finalmente ganamos. Posteriormente la empresa escogió a los tres mejores equipos de México para participar en la semifinal latinoamericana y ahí quedamos en segundo lugar, después del equipo brasileño”.

Señaló que su producto no hace espuma como los detergentes comunes, lo que dificultó un poco su trabajo de promoción, que es el de presentar un producto atractivo para la gente. “Cómo le íbamos hacer para que confiaran en una bacteria, porque muchas abuelitas piensan que si no hace espuma el jabón, no va a limpiar bien la ropa; sin embargo, pudimos vender el producto ante el jurado”, agregó.

Dijo que la gerencia de *Henkel* para Latinoamérica mostró interés por el producto para sacarlo al mercado en unos cinco años. Por el primer lugar obtuvieron una cámara digital y entrevistas para poder entrar en la empresa como becarias. “A mí me ofrecieron trabajo en el corporativo, en la sección de compras, estamos en el proceso de selección pero todo va bien”, finalizó Paulina Mar.

===000===