



Juan Ricardo Olivares (CSO) y Marcelo Olivares (CEO), fundadores de Nanolife, que fue premiada en México como “El producto más innovador de Latinoamérica” en la categoría CleanTec de los Cala Awards.

EMPRESA NANOLIFE:

La *cleantech* de los creadores de las mascarillas Deysa Care

Fundaron una compañía basada en nanotecnología que acaba de ser reconocida en México. SOFÍA MALUENDA

Durante la pandemia, fueron miles de personas las que tuvieron que hacer de las mascarillas parte de su rutina diaria. Y más de alguien usó alguna de la marca Deysa Care. Fueron los mismos creadores de este producto quienes se aventuraron con otro desarrollo, fundando Nanolife, empresa que formula productos de limpieza en formato de recarga ultra concentrada a través de nanotecnología.

La historia comenzó con sus mascarillas, a las que aplicaban nanopartículas de cobre a gran escala. Fue ahí cuando vieron el “valor agregado” que le entregaba la nanotecnología a un producto de uso diario. “Entonces, decidimos abrir un laboratorio de nanociencia para explorar otras aplicaciones donde la nanotecnología nos permitiera mejorar la funcionalidad, esta vez, con la sustentabilidad como eje principal”, explica el CEO, Marcelo Olivares, quien lanzó Nanolife junto a su hermano, Juan Ricardo (CSO). Ambos son ingenieros comerciales de la UAI.

Así, cuenta, desarrollaron un nanotenoactivo a partir del aceite de la cáscara de la naranja, el que tiene un tamaño de 96 nanómetros (1.000 veces más pequeño que un grano de arena). “Este tenoactivo es el que le da el poder de remoción a nuestros productos de limpieza y está en proceso de patente”, explica el CEO. El desarrollo se llevó a cabo en Nanolab, su laboratorio ubicado en Quilicura, liderado por su equipo de científicos.

A la fecha, dice, han producido y comercializado más de 200.000 recargas, destacando que se ha evitado el consumo del mismo número de envases plásticos. Actualmente están en 150 puntos de venta a nivel nacional, además de su *e-commerce*, y, por ahora sus planes de expansión están enfocados en el mercado local.