

Buscan detectar y prevenir el cáncer cervicouterino



Diana Marín | campus Puebla

En América Latina, el cáncer cervicouterino es la segunda neoplasia más común en mujeres, con 68,818 casos anuales. En México, se estima una ocurrencia de 13, 960 casos en mujeres, con una incidencia de 23.3 casos por 100,000 mujeres (Secretaría de Salud, 2015).

Los estudiantes de Lic. en Diseño Industrial (LDI), Ingeniería Biomédica (IMD) y Licenciatura en Administración de Empresas (LAE); Maria del Carmen, Valerie, Montserrat, Samira, Maximiliano y Francisco, convergieron en el semestre enero-mayo 2018 en la modalidad “Semestre i RED e+b+d” con concentración en innovación tecnológica, en el cual comenzaron el proyecto EVE Cervical Screening.

Los estudiantes buscan desarrollar un producto que cambie la experiencia en la toma y análisis de las muestras del examen médico “papanicolaou” para la detección de células cancerígenas y pre cancerígenas en el cuello uterino. Su finalidad es hacer del chequeo algo rutinario, personal y no invasivo, que promueva la cultura de un chequeo frecuente, previniendo miles de muertes y dolorosos tratamientos.

Este tipo de cáncer es fácil de tratar (cuando es detectado a tiempo), ya que tarda entre 7 y 9 años en desarrollarse; aun así, el 12% de las muertes por cáncer en mujeres en México se debe a esta enfermedad (WHO, 2014).



/>>

Actualmente, se utiliza el método del papanicolaou para detectar y prevenir el cáncer cervicouterino, en este método se somete a la paciente a un proceso para la muestra de células cervicales. La muestra se envía al patólogo para que sea observada con un microscopio y el resultado llega unos días después.

Los alumnos intentan desarrollar un producto que tome la muestra y la analice instantáneamente, que sea tan accesible como una prueba de embarazo.

Combatirá el miedo y la incomodidad que tienen al realizarse la prueba tradicional y les brindará la privacidad que ellas necesitan al tomar la muestra.



/>>

Maria del Carmen de la Parra, estudiante de Diseño Industrial expresó: “Mi experiencia ha sido muy enriquecedora. Siento que he aprendido tanto en lo personal como en lo profesional. Estoy muy emocionada de desarrollar un proyecto con el cual puedo mejorar la calidad de vida de tantas mujeres”.

El producto podrá ser utilizado por cualquier mujer, aunque el mercado meta son mujeres de entre 20 y 35 años, ya que es mucho más fácil que acepten el uso de métodos nuevos.