

Alumnas del campus Chihuahua destacan con campaña para chocolate



Con el desarrollo de campaña publicitaria para *Chocolate Ibarra*, alumnas del Tec de Monterrey campus Chihuahua ganaron el segundo lugar del **Reto Ibarra** a nivel nacional

Angélica Pérez, Karla Pamela Torres y Diana Urbina, estudiantes de Mercadotecnia, del [Tec campus Chihuahua](#), se llevaron el segundo lugar a nivel nacional del **Reto Chocolate Ibarra**.

Campañas a través de **redes sociales y medios de comunicación**, así como realizar dinámicas con el cliente, fueron las propuestas en **mercadotecnia** de las alumnas del Tec de Monterrey campus Chihuahua.

Las alumnas del **campus Chihuahua**, lograron el segundo lugar, con el gran mérito de **crear estrategias**, para un producto poco conocido en el mercado, como lo es el chocolate “**Cuidado diario**”.

“Nosotras elegimos un producto que realmente necesita reposicionarse en el mercado la del chocolate de la línea cuidado diario, muchos no conocen el producto”, platicó Diana Luna, integrante del equipo del campus Chihuahua.



width="900" loading="lazy"> **La campaña**

Las chihuahuenses crearon la campaña **“Vive el momento”**, por el 12 aniversario del producto que se aplicaría en redes sociales y diferentes aplicaciones.

Primero investigaron el **posicionamiento** de la marca en el mercado, descubrieron que aunque si había interacción en redes sociales, pocas personas identifican el producto.

Durante cinco semanas las estudiantes **desarrollaron la publicidad**, así como la cronología en las diferentes **redes sociales** y **medios de comunicación**.

“Nuestra campaña está enfocada en los millennials, recordándoles que siempre hay un momento para respirar y la salud, en eso se enfocó Vive el momento”, mencionó Angélica Pérez.

Conoce el comercial que realizaron:

Con información proporcionada por **ejecutivos de la empresa** y la guía de la maestra Diana Anchondo que las asesoró en el desarrollo de las estrategias.

“El gran logro de las alumnas fue trabajar a distancia, generar estrategias a nivel nacional para un producto que no conocen, estoy muy orgullosa de ellas por el desarrollo que tuvieron a lo largo del bloque”, comentó la maestra Diana Anchondo.

Por otra parte, Pamela Torres habló de la importancia de participar y colaborar con empresas a nivel nacional.

“Es una satisfacción muy grande, saber que tus propuestas son escuchadas, no se quedan en solo un papel, están directivos de la empresa y además nos eligieron como las segundas mejores”, señaló Pamela

Este ejercicio fue parte del bloque **Desarrollo de marcas**, dentro del nuevo **Modelo Educativo Tec21** del Tec de Monterrey.

Es una satisfacción muy grande, saber que tus propuestas son escuchadas, no se quedan en solo un papel, están directivos de la empresa y además nos eligieron como las segundas mejores”

El reto

Más de 100 jóvenes de diferentes campus del **Tec de Monterrey**, participaron de **manera virtual**, en la búsqueda de la empresa de posicionar los productos de la marca en el gusto del cliente.

Asimismo, la gran final se llevó a cabo por equipos conformados por los campus Guadalajara, San Luis Potosí, Monterrey y Chihuahua.

Por otra parte, las tres estudiantes destacaron el gran apoyo que recibieron por parte de la maestra además de la gran experiencia de colaborar con una empresa.

Cabe destacar que la dinámica es parte del nuevo **Modelo Educativo Tec21** del Tec de Monterrey, en donde el alumno vive experiencias basadas en resolver problemas que enfrentan las empresas cada día.

El Tec de Monterrey campus Chihuahua se ha destacado a nivel nacional en los retos de L'OREAL, Uber y ahora Chocolate Ibarra.

TAMBIÉN QUERRAS LEER: