

Rompen Récord por niños con cáncer en Invencibles Tec 4.0



Carmen Alicia Huerta | Campus Guadalajara

La magia de la comunidad del Tecnológico en Monterrey, Campus Guadalajara se vivió a través del reto “**Invencibles Tec 4.0**”, en el cierre del desafío en el que estudiantes e incluso autoridades universitarias apostaron su bigote, barba o cabello al recaudar más de 120 mil pesos (hasta el momento) para apoyar la construcción de un espacio para niños con cáncer, campaña organizada por la **Fundación Nariz Roja, A.C.**



/>>

Bajo el lema: **“El amor lo puede todo”**, dos grupos conformados por un total de 35 estudiantes de diversas carreras se ponen el reto **cada uno con 5 mil pesos**, al grabar un video en el que apostaron su bigote, barba o cabello a través de una plataforma, así también por boteo en alcancías, a través de diversas estrategias hechas durante el semestre como sesión de fotografías, clases de baile y venta de artículos, entre otros a favor de esta causa.

Sarahí Bautista Aguirre, estudiante de 7mo. semestre de la carrera de **Licenciatura en Creación y Desarrollo de Empresas (LCDE)**, quien **se cortó su trenza de 30 cm.** que servirá para elaborar peluca para niñas con cáncer expresó que

“al conocer el propósito de esta campaña de ayudar a niños con cáncer me animó a unirme. Me deja una gran satisfacción, estoy muy contenta con el trabajo que hemos hecho como alumnos y como equipo en la clase y que esto inspire a más personas a unirse a esta causa”.



/>>

Alejandro Barbosa, director de Fundación Nariz Roja, expresó que

“Se **rompe el récord del año pasado**, los alumnos con una actitud impresionante viendo cómo sumar más, le ponen su alegría, su chispa tuvimos la **magia del Tec de los estudiantes del Campus Guadalajara** en el evento de Invencibles y sigue contando porque siguen trabajando ya que la campaña cierra el 17 de junio para ayudar a la construcción de un albergue que beneficiará a 60 familias por noche”.

Como parte de la materia del "**Comportamiento del Consumidor**" impartida por María de la Paz Toldos Romero, los alumnos aplicaron diferentes estrategias de **Mercadotecnia Social** para recaudar fondos y realizaron un estudio al aplicar las técnicas de cambios de actitudes, motivación y percepción de sus segmentos meta.

María de la Paz Toldos Romero, mencionó que

“se ha hecho una estrategia de **Marketing Social** para alcanzar esta cantidad para apoyar a niños que sufren de cáncer y se está viendo el compromiso de los alumnos, muy ilusionados e implicados y al final del semestre se sintieron plenos de haber puesto su granito de arena y que no sólo se quedó en una clase con contenido teórico, sino que fue algo más allá del salón de clases”.

Martín Sáinz, estudiante de 4to. semestre de la carrera de Creación y Desarrollo de Empresas, quien recaudó 11 mil pesos, dijo que

“en todo momento estuve muy emocionado, realmente no por la cantidad o el monto que pudiera aportar, simplemente por el deseo de querer ayudar a estos niños y la aportación que podemos hacer cada uno de nosotros creo que es sumamente importante y es algo muy emocionante para mí haber participado”.



/>>

Fundación Nariz Roja es una asociación con 8 años de trayectoria, que apoya a pacientes con cáncer a través de servicios gratuitos de comedor, albergue, escuela, campañas de donación de sangre, apoyo psicológico y visitas a hospital, entre otros.

Esta actividad esta alineada también a uno de los objetivos del Tecnológico de Monterrey, que es desarrollar el Sentido Humano en sus estudiantes a través de su Modelo Educativo TEC21.