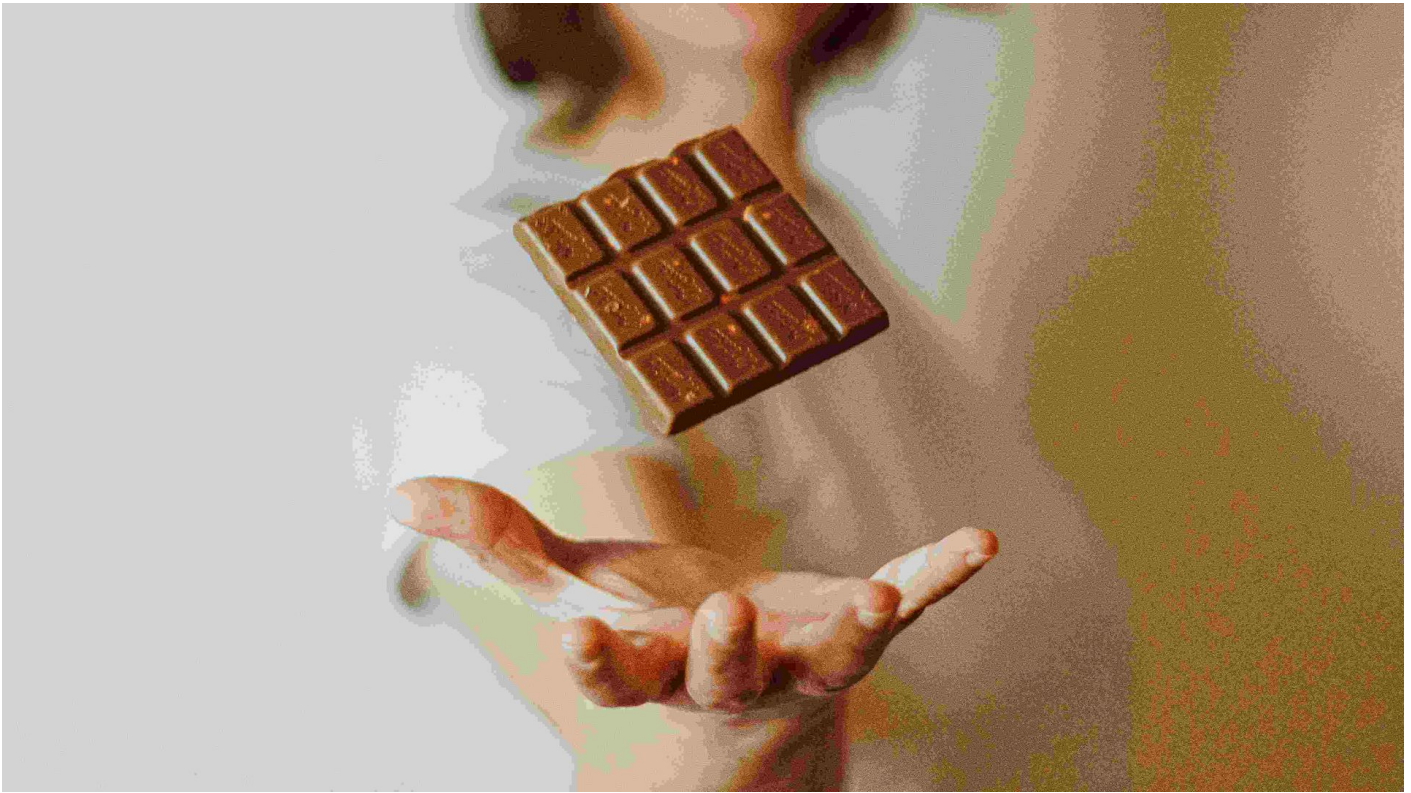


¡Locos por el chocolate! Alumnos Tec ganan Reto Hershey's



Alumnos de **campus León** fueron los **ganadores del Reto Hershey's** de la Región Occidente gracias a su proyecto **con propuestas de mercadotecnia**.

El equipo estuvo conformado por estudiantes de la **Escuela de Negocios**, Valentina García Sainz, Alejandro Ramos, Regina Caudillo y Regina Gómez.

Este reto formó parte de la materia **Descubrimientos del mercado para el desarrollo de estrategias**, en donde los alumnos debían de realizar una investigación de la industria alimentaria, del mercado y de los consumidores para realizar su propuesta.

El reto **consistía en trabajar con las leches saborizadas de la marca**, un producto que ha sufrido un decremento en ventas a causa de la creciente competencia en el mercado.



width="768"

loading="lazy">

El reto de innovar en el producto y la plaza

La propuesta del equipo constaba de dos aspectos importantes que atiende la mercadotecnia: **producto y plaza.**

En la parte de producto, **agregaron elementos a los diseños de los empaques** de los productos acorde a las festividades mexicanas, con el fin de aumentar el sentido de pertenencia de los consumidores.

Además, **propusieron crear un empaque de leche tamaño familiar** con el objetivo de minimizar la producción de materiales y así reducir el impacto ambiental.

“Lo más difícil del reto fue crear una propuesta diferente para una empresa tan grande que ya ha intentado varias cosas. Hicimos propuestas muy creativas que ellos no habían escuchado”, comentó **Valentina García Sainz, integrante del equipo.**



width="768"

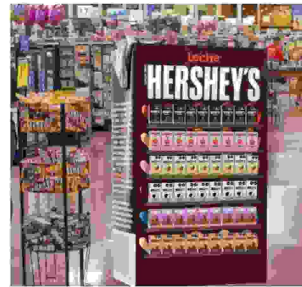
loading="lazy">

Para plaza, es decir, para el lugar en donde se vendería el producto, la propuesta era utilizar **paquetes con varios sabores de leches**, con la intención de poder dar a conocer sabores que no son tan conocidos.

Adicionalmente, **sugirieron ofrecer pruebas gratis** de leche en *stands* instalados en las entradas de los supermercados.

“Demostraron un amplio conocimiento de la industria, del mercado, de la empresa y supieron aprovechar las fortalezas que tiene Hershey’s ”.-Rocío Martínez.

Siguiendo las recomendaciones de mercadotecnia, el equipo expuso su plan con una presentación que incluía prototipos de sus propuestas, permitiendo al socio formador visualizar mejor cada una de las estrategias.



width="3464"

loading="lazy">

Rocío Martínez, docente de la Escuela de Negocios del campus y **quien coordinó al equipo en la creación de sus propuestas**, además de impartir la materia donde se desarrolló el proyecto, opinó del trabajo del equipo:

“Demostraron un amplio conocimiento de la industria, del mercado, de la empresa y supieron aprovechar las fortalezas que tiene Hershey’s para desarrollar sus propuestas”.

De acuerdo a la profesora Martínez, el equipo superó las diversas etapas del reto, pasando primero por el filtro a nivel campus, posteriormente a nivel regional, donde **lograron quedarse con el primer lugar**.

La intención de Hershey’s es **poder llevar a cabo las propuestas en un futuro cercano**.

SEGURO QUERRÁS LEER: