

Unen talentos: estudiantes Tec crean estrategia para Ferrero México



Estudiantes de Mercadotecnia, Emprendimiento y Diseño Industrial del [Tec Guadalajara](#) participaron en un reto para [Ferrero México](#), con el fin de darle respuesta a oportunidades de negocio y **diseñar planes** que le permitan incursionar en nuevos mercados.

De esta manera, los estudiantes de las diferentes carreras **fusionaron sus conocimientos** para ayudar a la empresa a validar un nuevo producto y brindarle distintas estrategias para introducirlo al mercado mexicano con éxito.

El reto implicó realizar **análisis de inversión, de datos secundarios** y de la **viabilidad del proyecto**, entre otros.

En particular, desarrollaron el análisis en el **laboratorio de neuromarketing** del [Hábitat Farmacias Guadalajara para el Futuro de los Negocios](#), espacio especializado del campus, lo que los convierte en la primera generación en utilizarlo de manera total.

*“Hay dos objetivos; el primero, el **aprendizaje de los estudiantes** y que en ese proceso se **generen descubrimientos** en cuanto a las estrategias que se pueden aplicar”,* comentó Alfredo

Chavarín, responsable de desarrollo de categorías de **Ferrero México**.



/> width="900" loading="lazy">

Descubrir oportunidades

En el reto participaron **107 estudiantes**:

- 24 estudiantes de la licenciatura de Emprendimiento,
- 31 de Diseño Industrial (LDI) y
- 52 de Mercadotecnia (LEM).

Este ejercicio permitió a los estudiantes de las distintas carreras **combinar sus habilidades** y desarrollar un **proyecto diversificado** para **potencializar sus capacidades** profesionales.

“Así, se forma un gran cerebro que **trabaja colectivamente** sobre un mismo objetivo”, compartió Alex Díaz, director del departamento regional de Diseño Industrial del Tec.

Algunas de las **competencias** que los alumnos pusieron en práctica durante el reto fueron:

- Inteligencia de mercados.
- Pruebas de producto y concepto.
- Análisis de factibilidad de proyectos.
- Segmentación y comprensión de categorías.

Durante la investigación, asistieron al **laboratorio de neuromarketing** para **evaluar sensorialmente la calidad**, tanto del producto que se quería introducir al mercado, como aquellos artículos que podían competir con su propuesta.



/> width="900" loading="lazy">

Desafíos interdisciplinarios

Así, analizaron las características de la marca, para entender cómo es percibida por el consumidor y **detectar las nuevas estrategias** que podrían generar para Ferrero.

Como parte del **Modelo Educativo Tec21**, este tipo de retos **generan un desafío académico** de varias semanas en el que los estudiantes resuelven **problemáticas reales planteadas por la empresa** en cuestión y que involucran distintas áreas de estudio.

*“Los mejores proyectos resultan de estas actividades multidisciplinarias y **complementar los conocimientos es lo más enriquecedor** para cualquier proyecto”, comentó Díaz.*

“Con el Modelo Tec21 veo cómo aprenden nuestros jóvenes y sin duda se ven los resultados en este tipo de proyectos”, añadió Juan Ignacio Michel, profesor de LDI.

Y afirmó que, durante el reto, cada estudiante **puso en práctica sus habilidades** y formaron equipos para **resolver la problemática presentada** por la **organización socioformadora** (empresas interesadas en la educación, que presentan desafíos únicos y reales para que sean

abordados en el aula).



/> width="900" loading="lazy">

Potenciar el talento estudiantil

Chavarín comentó que Ferrero es una empresa que busca dejar atrás el modelo enfocado sólo en confitería, lo que abre una posibilidad de negocio para la organización. Algunos de sus retos son la **industrialización y producción internacional de sus productos**.

Los estudiantes compartieron sus conocimientos para entregar diversas **propuestas de negocio, marketing y diseño de producto** al finalizar el desafío, con el fin de **proponer posibles soluciones** a estos retos.

Sus aportaciones finales fueron presentadas a la empresa Ferrero en las Instalaciones de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (AFAMJAL), con quienes ya han hecho distintos convenios previamente.

Asistieron los profesores del bloque multidisciplinar, representantes de Ferrero México y uno de los ejecutivos de la marca, desde Luxemburgo.

***“Fue una gran oportunidad vincular a los universitarios con carreras complementarias”.-
Juan Ignacio Michel.***



/> width="900" loading="lazy">

“Fue una gran oportunidad **vincular a los universitarios** con carreras complementarias y con una organización socioformadora de este nivel”, agregó el profesor Juan Ignacio Michel.

El grupo de estudiantes logró contribuir con propuestas que pueden ayudar a la empresa a **incrementar su potencial de negocio** en el mercado mexicano.

“Estoy muy contento con los resultados y creo que fue un aprendizaje para todos”, finalizó Michel.

LEE TAMBIÉN:

LEE TAMBIÉN: