

Alumnas Tec diseñan bebida saborizada y ganan reto nacional Heineken



Un equipo de estudiantes del Tec [campus Chihuahua](#) ganó el reto nacional 2024 “**Construcción de Soluciones para el Mercado**”, organizado por la Escuela de Negocios en colaboración con Heineken, con la bebida Anjuz.

Este desafío estuvo dirigido a alumnos de **tercer semestre** de la **Escuela de Negocios**, quienes desarrollaron propuestas para el mercado de bebidas saborizadas “**ready-to-drink**”, para Heineken.

*“El Reto Heineken ha sido una oportunidad excepcional para que nuestros estudiantes apliquen sus conocimientos en el área de negocios en un entorno real y desafiante, expresó **María Elena Vázquez**, decana de la Escuela de Negocios del Tec de Monterrey.*

Dijo también que la vinculación académica con Heineken, México, no solo fortalece la formación académica de los estudiantes, *“también les permite explorar nuevas tecnologías y estrategias de mercado orientadas a los consumidores nativos digitales para generar una propuesta atractiva que pueda ser implementada en un futuro por la compañía”.*

Las ideas del reto debían enfocarse en **posicionamiento de marca, funcionalidad y viabilidad técnica**.



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

El equipo de campus Chihuahua presentó una propuesta que incluye tecnología orientada a la **seguridad del consumidor** y un modelo con principios de **sostenibilidad**.

“El reto nos ayudó a resolver dudas clave, como la duración de la tira -detecta adulteraciones- y cómo reaccionaría dentro de la lata, aspectos fundamentales para garantizar la viabilidad y efectividad de la tecnología en un entorno real”, explicó **Daniela Ponce**, integrante del equipo.

El reto de negocios se realiza anualmente. En esta edición participaron más de 3 mil alumnos y 600 equipos. 4 llegaron a la final: **Aguascalientes, Monterrey, Ciudad de México y Chihuahua**.

Bebida con tecnología y sostenibilidad en reto Heineken

Las estudiantes desarrollaron una bebida que incluye una **tira reactiva** en la lata capaz de detectar **adulteraciones** al cambiar de color.

Además el proyecto integra **economía circular** mediante **materiales reciclables** y propone el uso de **bonos verdes** como estrategia de financiamiento sustentable.

El equipo conformado por **Daniela Ponce, Alejandra Hernández, Samantha Palma y Valentina Santacruz** presentó una propuesta que incluye un lanzamiento con **realidad virtual** en eventos masivos.

Su idea fue elegida como ganadora en la etapa regional del concurso y así llegó a la **final nacional** en la cual lograron ser las ganadoras del reto.

El proyecto, llamado **Aljuz**, es una bebida “**ready-to-drink**” que incorpora tecnología para la **seguridad del consumidor**.

“Nuestra bebida incluye una tira reactiva que cambia de color si detecta adulterantes, garantizando que el consumidor esté seguro en todo momento”, explicó Samantha Palma.

Daniela Ponce señaló que el diseño de esta tecnología fue posible gracias al apoyo de **Ivonne Hernández**, laboratorista de biotecnología en el campus Chihuahua, quien confirmó la **viabilidad** de la idea.

“Nos ayudó a resolver dudas clave, como la duración de la tira y cómo reaccionaría dentro de la lata”.- Daniela Ponce.

Economía circular e inmersión para el lanzamiento

La propuesta también integró principios de **economía circular**, utilizando **materiales reciclables** y financiándose mediante **bonos verdes**.

“Optamos por bonos verdes porque alinean el proyecto con la sostenibilidad, reduciendo los costos de intereses para Heineken”, comentó Alejandra Hernández.

Además, el equipo presentó una estrategia de lanzamiento que proponía experiencias inmersivas con **realidad virtual** en eventos como el [Heineken Live Out](#).

“Queríamos que los consumidores entendieran lo importante que es sentirse seguros, incluso en un entorno de fiesta”, señaló Valentina Santacruz.

Héctor Carmona, profesor Tec y coordinador del reto dijo que *“el Reto Heineken es una experiencia formativa donde los estudiantes desarrollan competencias para generar soluciones hacia el mercado y en beneficio del consumidor mediante el uso de tecnologías de vanguardia como la IA y el Livestreaming”*.

Trabajo en equipo y enfoque para el desarrollo de la propuesta

El equipo trabajó durante semanas para desarrollar su propuesta.

“Invertimos muchas horas de trabajo, siempre buscando que nuestra idea no solo fuera creativa, sino viable y significativa”, aseguró Samantha Palma.

La combinación de innovación tecnológica, sostenibilidad y enfoque en el consumidor permitió al equipo avanzar y ganar la final global.



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

“La propuesta fue diseñada con un enfoque claro en la innovación tecnológica y la sostenibilidad, lo que nos permitió avanzar al siguiente nivel del reto regional”, mencionó Valentina Santacruz.

Con **Aljuz**, el equipo del **Tec de Monterrey**, campus Chihuahua, resolvió el reto con un enfoque en la **seguridad, sostenibilidad e innovación**.

Su propuesta busca establecer bases para llevar la idea al **mercado**.

Sobre el reto Heineken y su impacto

El **Reto Nacional 2024 de Heineken**, organizado con la **Escuela de Negocios** del Tec de Monterrey, es un evento que se realiza anualmente.

Este año, participaron más de **3 mil estudiantes** y más de **600 equipos** de todos los campus del país durante un proceso de **5 semanas**.

La competencia incluyó varias fases: una selección inicial a nivel **campus**, seguida por una etapa **regional**, y culminó en una **final nacional** en Monterrey.

En esta última fase, los **4 equipos finalistas** presentaron sus propuestas en el corporativo de **Heineken** ante un jurado conformado por directivos, incluyendo un **EXATEC**.

Este año fue la **primera edición presencial** del evento.

El equipo del campus **Chihuahua** fue seleccionado como ganador nacional tras competir con los equipos de los campus **Aguascalientes, Monterrey y Ciudad de México** en la final.

"Estamos emocionadas por lo que viene y orgullosas de lo que logramos juntas", concluyó Valentina Santacruz.

TAMBIÉN TE PODRÍA INTERESAR LEER: