

Tacleada estratégica: alumnas Tec colaboran para los Broncos de Denver



25 estudiantes del [Tecnológico de Monterrey](#) campus Santa Fe desarrollaron planes de **publicidad** para los [Broncos de Denver](#), equipo de la [National Football League \(NFL\)](#).

Las y los **estudiantes colaboraron** con los **Broncos** a través de la **materia: Publicidad, estrategia creativa y producción**. La profesora Marcia López, coordinadora de esta clase, gestionó la alianza con el equipo de la NFL.

*“El reto de la clase era que los **Broncos ampliaran su base de fans** en México y en Latinoamérica a través de un **plan de publicidad**”,* explica Marcia López, profesora de la Escuela de Humanidades y Educación.

Las **5 alumnas** con las **mejores propuestas** fueron **invitadas a Denver** para conocer las instalaciones de los **Broncos** y asistir a su **último partido** de la temporada el pasado 5 de enero del 2025.

*“**Trabajar con una marca internacional** nos hizo **conocer nuevas estrategias** y proponer ideas que en México tal vez no se han intentado. Tuvimos que **pensar fuera de la caja** para crear algo sorprendente”,* comenta Mariana Silva, integrante del equipo ganador del reto.

Alumnas Tec desarrollan plan de publicidad para equipo de la NFL

Las y los **estudiantes** del **Tec campus Santa Fe** trabajaron durante un **semestre**, entre agosto y diciembre del 2024, buscando **crear un plan de publicidad** que le permita a los **Broncos** de Denver **ampliar su base de fanáticas y fanáticos** en México y Latinoamérica.

El equipo de Dafne Ledesma, Larizza Muñoz, Mariana Silva, Nadia Ferreira y Samantha Gómez, **alumnas** de séptimo semestre de la **Licenciatura en Mercadotecnia**, **diseñó las propuestas ganadoras** de este reto.

*“Diseñamos 3 propuestas. La que más llamó la atención fue la de **crear un servidor en Discord** para que **fans** de los **Broncos** pudieran **conectar** durante los partidos o a través de dinámicas durante la temporada”, explica Mariana Silva.*

Discord es una **plataforma** que permite **crear comunidades** digitales, privadas o públicas, donde las personas pueden chatear, realizar llamadas de voz y video grupales, y compartir fotos y videos.



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

La **segunda propuesta** de las alumnas está enfocada en la **mercadotecnia experiencial**, la cual considera que las **personas eligen un producto** o servicio **por la vivencia** que se les ofrece antes de una compra y durante su consumo.

“Propusimos implementar un **evento** en un **cine** para que **fans** de los **Broncos** fueran a **ver un partido** con sus amigas y amigos, conocieran más fans y así, creen un **sentido de pertenencia más fuerte**” añade Dafne Ledesma.

De acuerdo con las alumnas, uno de los **desafíos** a los que se enfrentaron al diseñar sus propuestas fue el de **entender** a su **público objetivo** y la **pasión** por el **fútbol americano**.

“Conocíamos la NFL, siempre **vemos el Super Bowl por el medio tiempo**, pero no sabíamos tanto del deporte.

“Nuestro **público objetivo** eran **adolescentes hombres**, entonces fue complicado **entender qué querían** y con base en eso, decidir qué tienen que hacer los Broncos para conectar con ellos”, menciona Larissa Muñoz.



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

A pesar de no estar tan familiarizadas con el deporte, las **alumnas lograron** diseñar sus **propuestas** con ayuda de la **empatía** y la **investigación**.

“A mí hasta **me aburría el fútbol americano** y con esto aprendí que **vale la pena aprender de todo**, hasta de lo que no te gusta, y más porque la mercadotecnia se trata de **entender al público** y de **ofrecerle algo genuino**”, asegura Samantha Gómez.

El **equipo** de mercadotecnia de los **Broncos** de Denver **decidirá cuáles propuestas** de las alumnas **implementarán**, de acuerdo con la profesora Marcia López.

“La mercadotecnia se trata de entender al público y ofrecerle algo genuino”.- Samantha Gómez.

El impacto de colaborar con organizaciones internacionales para estudiantes Tec De acuerdo con Larizza Muñoz, para las y los **estudiantes** del **Tec** siempre es **emocionante enterarse** con qué **organización** van a **colaborar** en sus materias y más en casos como este.

“Había rumores de que trabajaríamos con un equipo de la NFL. Cuando nos dijeron que iba a ser con los Broncos, pensamos: ¡No puede ser, qué increíble!”, relata Larizza.

Dafne Ledesma considera que **colaborar** con una **organización** de **renombre** como los Broncos fue muy **enriquecedor** para su desarrollo profesional.

“Trabajar con una marca tan importante como los Broncos nos permitió hacer un proyecto más profesional y un plan de publicidad mucho más extenso”, asegura Dafne.

Aparte de la experiencia profesional que les brindó el reto, las **alumnas** ganadoras y la **profesora** Marcia López fueron **invitadas a Denver** para **conocer** las **instalaciones** de los Broncos y **asistir** a su último **partido** de la temporada en contra de los [Chiefs de Kansas City](#).



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

“Fuimos 4 días. Nos dieron un **tour privado** de su **estadio**, conocimos las **oficinas de mercadotecnia**, nos dejaron ver sus **verdaderos trofeos del Super Bowl** y tuvimos **acceso al campo** antes de que iniciara el juego. Pudimos ver a todos los jugadores desde muy cerca”, cuenta Marcia López.

Larizza Muñoz destaca al día del **partido** como uno de los más **icónicos del viaje** por la **relación** que tuvo esta experiencia **con su proyecto**.

“El día del partido estábamos súper emocionadas, desde temprano listas con nuestros jerseys. **Después de tanto estudiar al público** y tratar de entenderlo, **ser una fan más en el estadio fue muy lindo**”, comenta Larizza.

Por último, la profesora López asegura que **existe la intención de trabajar de nuevo con los Broncos de Denver** en la materia: *Publicidad, estrategia creativa y producción*.

TAMBIÉN QUERRÁS LEER: