

De Embajador Tec a estrategia de marketing



Nicole Pochat | Región CDMX

Felipe Barragán Sánchez, embajador Tec, uno de los ganadores del concurso de estrategia de marketing de Essity, empresa líder en higiene y salud, comparte su experiencia de competir a nivel mundial con otras universidades del mundo.

Essity, empresa líder en higiene y salud, creó un **concurso mundial** donde alumnos de grado universitario crearon una **estrategia de marketing** y aumentar sus ventas durante todo el año, otorgando a los ganadores un **internado en la empresa**.

La meta del concurso consistió en **presentar una campaña para lograr incrementar las ventas** en todo el año de los *hankies* o papeles desechables conocidos como “Tempo” de Essity.

Los estudiantes tuvieron que trabajar durante 4 meses, pasando por varias fases, donde el **equipo del Tecnológico de Monterrey en Santa Fe** integrado por los alumnos Felipe Barragán, Diego Araux, Sofía Riva y Adriana Plácido fueron nombrados ganadores.

Felipe relata su experiencia en entrevista con CONECTA.



/>>

¿Qué es lo que más disfrutas de ser Embajador Tec?

Ayudar a futuros alumnos a tomar la mejor decisión, porque su vida cambiará por completo. Adoro poderlos orientar y ayudarlos en todo momento de elegir una carrera.

¿Cómo te enteraste del concurso?

En la clase de “Empresa, Cultura y Negocios”, impartida por Manuel Valencia; el director de carrera de LIN, nos alentó a participar en un concurso de la empresa “Essity”. El fin era resolver dos casos reales de la empresa, uno de ingeniería y uno de mercadotecnia y el ganador tendría un internado con la empresa.

¿Cuál fue tu motivación para participar?

Desde PrepaTec me nació una motivación por trabajar y vivir el mundo real más que un proyecto se quede en una calificación o un aula, a partir de aquí me motivé a que saliera el proyecto adelante.

¿Contra quienes participaste?

Con universidades participantes de todo el mundo, como México, Rusia, España, Francia, Suecia y Alemania.

¿Cuál fue tu propuesta? y ¿En qué consistió?

Mi proyecto consistía en poder cambiar el diseño a los empaques para generar más ingresos. Nuestra propuesta fue crear diseños de empaques por temporada, así mismo, por investigación vimos que el cliente más frecuente eran mujeres y para los hombres no había propuestas de interés, entonces atacamos ese segmento mediante diseños de deportes.

Además, al crearlo por temporadas y que sea específico a otras regiones, crea cierta fijación o conexión a ese objeto por “pertenecer” de forma cultural.

¿Qué te llevas de esta experiencia?

Me llevo el saber que puedo competir a nivel mundial con otras universidades de alto prestigio.

¿Que significa el Tecnológico de Monterrey para ti?

Para mí, el Tec es mi segunda casa, un lugar en el que siempre me van recibir con los brazos abiertos para desarrollarme como estudiante y adulto profesional.

Felipe asistirá este verano a la Universidad de Stanford para estudiar “Decision Making” y “Comparative Corruption”, siendo esta una experiencia que le da la oportunidad de conocer personas de todo el mundo y poder así pasar su verano en el extranjero en una universidad de prestigio a nivel mundial.

El próximo semestre participará en el programa “Bloque i”, donde calificará las mejores empresas mexicanas en conjunto con Deloitte.