

Como consultores profesionales: alumnos Tec buscan innovar en Coppel



Desde distintos lugares del país, alumnos del **Tec de Monterrey** se reunieron para presentar **propuestas innovadoras** a directivos de la empresa **Coppel**, sobre cómo adaptar su **modelo de negocios** al mercado “**millennial**” y “**generación z**”.

El “**Reto Coppel**” fue resultado de una alianza entre **Grupo Coppel y el Tec de Monterrey**, cuya finalidad es impulsar en los alumnos un modelo de educación conectado con la realidad empresarial en **México y América Latina**.

Estos proyectos fueron presentados por **alumnos de primer semestre** como parte del nuevo **Modelo Tec 21**, que busca brindarles una **formación basada en retos** con **experiencias memorables** y que sean apoyados por **profesores inspiradores**.

La mesa del jurado encargado de calificar las propuestas de los alumnos estaba conformada por **distinguidas personalidades de Grupo Coppel**:

- **José Ramón Fernández**, director corporativo de desarrollo organizacional, diseño y construcción.

- **Mónica Olivas, divisional del desarrollo organizacional.**
- **Roberto Gutiérrez, director administrativo.**
- **Tere Cabrera, director corporativo de jurídico.**
- **Levi Fahara, gerente nacional de operaciones.**
- **Aarón Elizondo, director de estrategia y transformación.**
- **De manera remota, Susana Coppel y José Coppel.**

Los proyectos

Cinco equipos provenientes de campus **Ciudad Obregón, Santa Fe, Saltillo, Querétaro y Veracruz**, presentaron sus proyectos, que buscaban impulsar el modelo de negocios de Coppel y adaptarlo al mercado millennial y la generación Z:

1. "Fortalecer ventas en línea", campus Santa Fe

Con su proyecto, los estudiantes buscaban **fortalecer las ventas en línea** con promociones e incentivos económicos, sustentando su idea en la creciente población con acceso a internet en el país.

Además, complementaron su propuesta sumando el elemento "educación": estrategia de promoción de **educación digital** para **crear lealtad** entre el público meta.

El equipo estaba conformado por los alumnos **Pablo Ortíz, Andrea Madrigal, Alexandra Ruiz, Mauricio Crespo y Raúl Bravo**.

Por su parte, Pablo Ruiz manifestó que la experiencia adquirida en el reto fue muy valiosa y se sintió agradecido de la **oportunidad de "probar" el mundo real**.

"Pasó de convertirse de una tarea o trabajo en el salón a una vivencia real", comentó Pablo.

presentacion equipo Santa Fe width="1920" loading="lazy">

2. "Etiquetas Eco-Friendly, campus Ciudad Obregón

Su propuesta se basó en **etiquetas eco-friendly** con código QR, además de una renovación total de la apariencia de las tiendas y el acomodo de producto para dar lugar a puntos de venta más aspiracionales.

El equipo estaba conformado por los alumnos **Daniel Castañeda, Adrián Audelo, Sebastián Gerardo, Andrea Fernández y Edna Pérez**.

Sobre su experiencia, Daniel Castañeda comentó que sus aprendizajes fueron altos y que **siente mucho orgullo** de haber trabajado hasta el final.

"Me siento muy conforme con lo lejos que llegamos, cada vez que avanzamos fuimos creyendo más en nuestro proyecto" expresó, Daniel.

*"A los que les toque un reto como este, les recomiendo que **aprovechen las oportunidades** para llevar sus **habilidades al límite**",* añadió.

Equipo de Ciudad Obregon width="5472" loading="lazy">

3. "Suvey", campus Saltillo

El equipo propuso tener **tiendas exprés** ubicadas en **puntos de venta estratégicos** como escuelas y universidades, así como el diseño de una **planta de tienda prototipo** y el **análisis del costo** de implementación.

Además, incluye un **esquema de pagos a crédito** para estudiantes universitarios avalados por familiares.

Para presentar esto, los alumnos simularon una llamada de teléfono pidiendo a un padre de familia que ejerciera de aval, ejemplificando lo fácil que sería este trámite.

El equipo estaba conformado por los alumnos **Ángela Johannsen, Andrea Castañeda, Alejandra Torres, David Hernández, Antonio Neira y Ángela Veloz.**

Ángela Johannsen **se sintió maravillada** con su participación y destacó la gran oportunidad de trabajar con una empresa real desde su primer semestre.

*"Cuando me plantearon el reto se veía algo muy lejos, pero ahora que estoy en Culiacán sé que **el trabajo y la dedicación que mi equipo y yo le pusimos al reto fue recompensado**",* expresó Ángela.

"Estas oportunidades son increíbles, me gustaría que todos puedan aprovecharlas", agregó.

Equipo de Saltillo width="1920" loading="lazy">

4. "Coppelitos", campus Veracruz

Su estrategia se basa en **conseguir influencers** para la marca Coppel, **optando por personas no conocidas**, sino comunes que cumplieran ciertos requisitos impuestos por la empresa y que, con ese **perfil "normal"** fueran mucho más **cercanos a la audiencia** de Coppel y **crearan lealtad** en la misma.

Este esquema fue presentado como una **nueva forma de hacer publicidad** de baja inversión y de ejecución en el corto plazo.

Ante la pregunta de porqué **"Coppelitos"** como nombre, los alumnos confesaron que así es como se les había empezado a decir como equipo y que al hacer un sondeo sobre el nombre, las

respuestas más comunes eran que les **inspiraba confianza y cariño**.

El equipo estaba conformado por los alumnos **Jesús Cortés, Silvana Linares, Montserrat Milán y Vanessa Morales**.

Respecto a la participación de su equipo, Jesús afirmó sentirse más seguro sobre **cómo poder ayudar a una empresa** a lograr sus metas.

"No tengan miedo de innovar, por más arriesgadas que sean tus ideas. Esas ideas arriesgadas y únicas son las que marcan un antes y un después en una empresa", recomendó Jesús.

Veracruz width="2736" loading="lazy">

5. "Give Coppel a taste of fresh air", campus Querétaro

Enfocado en una renovación de las tiendas Coppel, **los alumnos propusieron tiendas prototipo** y estrategias para **incorporar los 5 sentidos** en la experiencia de compra (música, olor especial y característico, iluminación).

El equipo estaba conformado por los alumnos **Clarissa López, Juan Pablo Gutiérrez, María José Villa y Chantal Rodríguez**.

La estudiante Clarissa expresó que para participar en este tipo de retos se debe dar tu máximo, estar lleno de pasión y buscar ideas innovadoras.

*"Me da mucho orgullo ser finalista, es una manera de demostrar que puedes dar tu máximo y es un gran paso para decir que **cualquier reto que nos pongan enfrente lo podremos superar**"*, comentó Clarissa.

*"Una clave es **dar tu máximo, investigar, involucrarte, y sentirse parte del reto** como si fueras parte de la organización de manera que lo sientas más real."*, complementó.

Equipo de Querétaro width="2736" loading="lazy">

El ganador del reto

El equipo de **campus Santa Fe** fue galardonado con **el primer lugar del reto**, siendo reconocidos por los jueces por el alto nivel de conversación, que afirman fue propio para consultores o graduados de maestría.

Todas las propuestas debían estar basadas en el **análisis de macrotendencias** e identificando las principales problemáticas y fortalezas de la empresa. Además, debían estar **sustentados con un esquema de costos y viabilidad de la propuesta**.

Coppel y el modelo Tec 21

Grupo Coppel se ha convertido en **el primer socio formador a nivel nacional para el Modelo Tec 21**, el cual busca brindar a los estudiantes un **aprendizaje basado en retos, con maestros inspiradores y experiencias memorables**.

Por su parte, **Lucila Menchaca**, directora de la división de negocios de campus Sinaloa, destacó que fue una **experiencia gratificante presenciar la capacidad de los alumnos** para presentarse ante directivos de esta empresa.

*"Se pudo palpar cómo el modelo Tec21 está **desarrollando en nuestros alumnos las competencias para enfrentar retos actuales y futuros** en ambientes de incertidumbre y cambios constantes",* expresó Lucila.

Asimismo, destacó que gracias a la visión de Coppel, más de **3 mil alumnos de nuevo ingreso del área de negocios del Tec** iniciaron desarrollando conocimiento y competencia de la mano de una de las principales compañías de retail y finanzas del país.

Por su parte, **Aarón Elizondo**, director de estrategia y transformación de Coppel, destacó que participar como socio formador **fue un proceso altamente enriquecedor para la empresa** pero principalmente para los alumnos.

*"La alianza entre el Tec de Monterrey y Coppel nos permitió **brindar una experiencia integral y es de suma valía** para la empresa, ya que genera una mayor confianza en los jóvenes para desarrollarse en el ámbito profesional",* expresó Aarón.

"Formar alumnos que serán emprendedores con las habilidades para hacer una empresa rentable va tener un impacto muy positivo en México en las décadas que vienen", concluyó el director.