

Renuevan estudiantes Tec estrategias de empresas regionales con reto



Con la idea de ayudar a **generar nuevas ofertas de productos a través de recursos clave con los que ya cuentan las empresas**, alumnos del **Tecnológico de Monterrey** participaron en el reto **“Adecuación del producto al mercado en la era Post Covid-19”**.

*“Es un reto que les permite desarrollar competencias disciplinares y transversales; representa **una oportunidad para empresas y organizaciones de encontrar e identificar soluciones**, a través de las propuestas de los alumnos”* comenta **Margarita Herrera, directora del Departamento de Emprendimiento Región Centro-Sur**.

Tras horas intensas, los estudiantes lograron su objetivo al presentar diferentes propuestas, que serán **un gran aporte para los empresarios** presentes en el reto, al representar la mayoría de ellos un papel parecido al de socio-formadores.

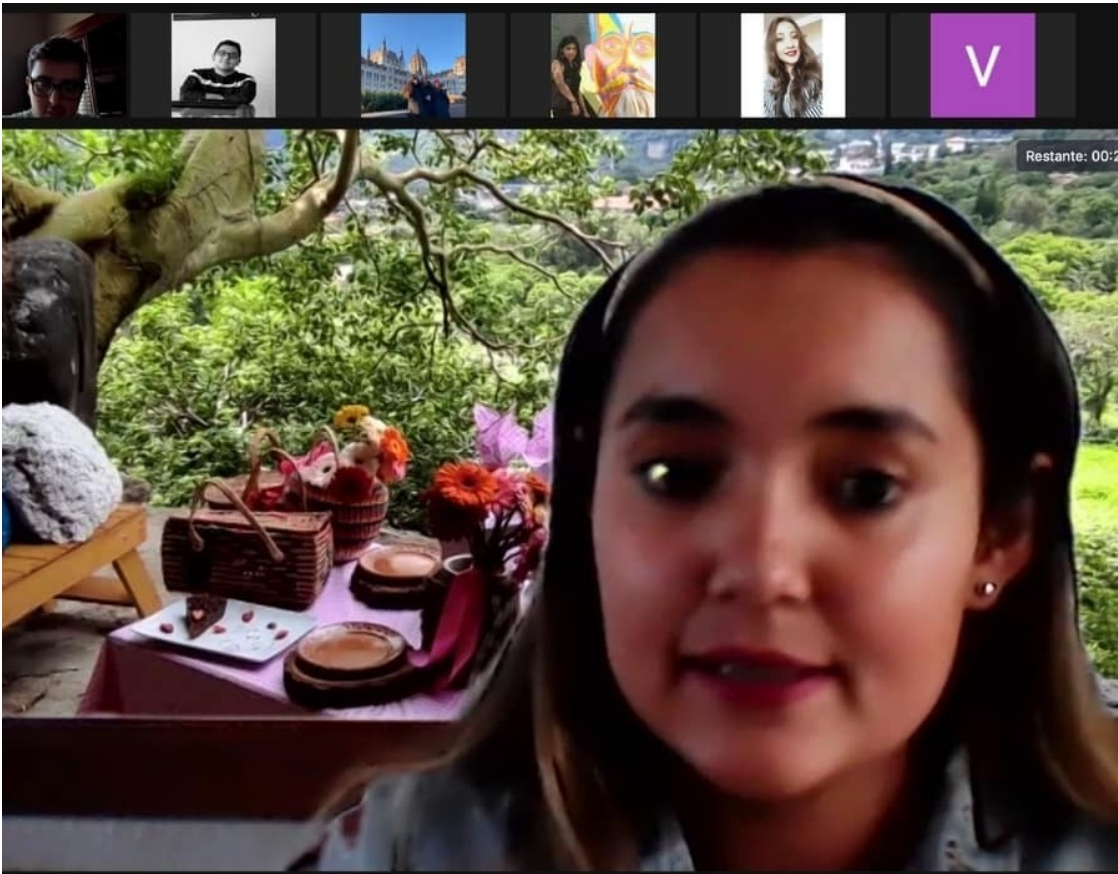
Para la doctora **Herrera**, se trata de organizaciones dispuestas a establecer un vínculo de colaboración, para **dar oportunidad a estudiantes de resolver retos reales**.



El uso de tecnologías emergentes con costos accesibles y la personalización de productos, a través de la consolidación de alianzas estratégicas formaron parte de las propuestas centrales.

Sheila Peralta, directora del Complejo Turístico Malikualli señaló que contar con estas experiencias le aporta contar con ideas frescas y **salir de su zona de confort**.

*“Recibimos muchas propuestas, todas sumamente relevantes para el desarrollo de nuestra empresa, **algunas de ellas serán implementadas a mediano plazo y otras ya se están poniendo en marcha**”* señaló.



A pesar de estar en una situación de confinamiento, **70 estudiantes provenientes de diferentes campus del Tec de Monterrey** mostraron ser altamente productivos y creativos, con aportaciones a empresas del sureste del país, que llevarán a la realidad sus propuestas.

Las empresas presentes en el reto y las acciones realizadas fueron:

- **Fast Fruit Factory.** Establecimiento de una “**Dark Kitchen**”, para aprovechar la infraestructura de los restaurantes con que cuenta en universidades y no están en operación, para satisfacer la demanda de productos a través de **delivery**.

Cabe destacar que los estudiantes también propusieron que el **delivery** se haga por cuenta propia, **para evitar reducir los márgenes de utilidad unitarios** y garantizar un estándar de calidad en los procesos de entrega.



- **Malikualli. “Caja punto romántico”** a través de un kit personalizado con accesorios para el evento romántico de su elección, los clientes gozarán de una experiencia ecoturística adaptada a sus necesidades y deseos más particulares.

Los interesados también podrán co-crear contenido para sus redes sociales junto con la empresa y llevar su historia de amor a límites imaginados.

- **Mistertennis.** Implementación de un filtro en redes sociales con la imagen de la marca, para **visualizar zapatos en realidad aumentada** y crear una experiencia de compra única para el cliente, que favorezca su posicionamiento.

Los estudiantes recomendaron personalizar algunos modelos de tenis, mediante de la colaboración con emprendedores regionales especializados en el tema y favorecer su **“networking”**.

- **Cinemagic.** Instaurar un servicio de autocinema con ambientación similar a la de los años 70's, época dorada para este tipo de oferta.

Diversificación de contenidos más allá de las películas como **eventos deportivos**, también fueron parte de las recomendaciones.



- **Workósfera.** Además de brindar un espacio creativo y amigable de trabajo para emprendedores, los estudiantes propusieron a esta empresa que ofreciera **capacitaciones digitales**, para ayudarles a fomentar su desarrollo integral.

Invertir en el crecimiento profesional de sus propios colaboradores, para favorecer su bienestar individual, fue otra de las encomiendas.

El reto “**Adecuación del producto al mercado en la era Post Covid-19**” se celebró en el marco de **Semestre I de Emprendimiento Innovador**, iniciativa con el propósito de apoyar a los alumnos del Tec a materializar su visión empresarial.

Ahí los estudiantes **son guiados por especialistas** de los ámbitos legal, modelos de negocios, marketing, ventas, propiedad intelectual, finanzas, administración de proyectos, desarrollo rápido de productos y servicios, comunicación y estrategias de negociación.



En contraparte, los empresarios ante una crisis **deben lograr abrirse a nuevas perspectivas o respuestas**, que pudieran estar presentes todo el tiempo de manera tan normal, que se pierden de vista llevándolos a riesgos innecesarios, lo que se conoce como **“ceguera de taller”**.

*“Ante una crisis es recomendable que los empresarios se vuelvan emprendedores nuevamente, que visualicen y evalúen oportunidades de como re-imaginar su negocio **para seguir siendo relevantes en su segmento de mercado**”* asevera la doctora **Herrera**.

*"Para las empresas resulta complicado visualizar donde se encuentra una nueva oportunidad de negocios, que fortalezca su propuesta de valor y **una reacción normal es ofrecer lo mismo sin tomar en cuenta lo que dicta su mercado, por ejemplo cuando este ha cambiado su cultura de compra**".*



Como parte del reto, se presentó la conferencia **“Navegando la crisis”** impartida por **Luis Miguel Beristain**, director del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera, del Tec de Monterrey Región Sur.

En su presentación, el doctor **Beristain** habló sobre el **panorama que se vive actualmente en el ámbito empresarial** y de las valiosas oportunidades para los emprendedores.

“Este tipo de actividades son enriquecedoras, no solo para los alumnos, sino para toda la comunidad del Tec de Monterrey y Socio Formadores” explicó **Moisés Carbajal**, director del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera Región Centro.