

# TEC MTY PROMUEVE LA VANGUARDIA ADMINISTRATIVA

Integrantes de la Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas del Tecnológico de Monterrey Campus Puebla organizaron el Congreso Internacional de Negocios con expertos en temas como la innovación de productos, costos y desarrollo de una marca.



TECNOLÓGICO DE MONTERREY.



**DE NIVEL INTERNACIONAL.** Rajagopal es experto en mercadotecnia y actualmente trabaja en el Tec Campus Ciudad de México.

POR ISRAEL FLORES CEREZO

**C**on el objetivo de conducir a sus estudiantes a través de nuevas vanguardias dentro de la administración, ya sea en marketing, finanzas e innovación, se realizó el Congreso Internacional de Negocios al interior del Tec de Monterrey Campus Puebla, el cual fue convocado por su Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE).

“Tuvimos una muy nutrida asistencia entre alumnos y gente que viene de fuera. Una de nuestras metas como institución

es consolidarse en áreas de negocios internacionales”, apuntó **Juan Carlos Gachuz**, director de la EGADE; en tanto la presentación del evento corrió a cargo de **Paulina Pons**, alumna de la Maestría en Educación y coordinadora de la Universidad Virtual del Campus Puebla.

Otro de los objetivos fue capacitar a los congresistas para afrontar retos internacionales a través de la formación de emprendedores, por ello estuvo dirigido a empresarios y alumnos de maestría en tres ejes: innovación de productos, costos y desarrollo de una marca.

“La selección de invitados catedráticos con experiencia a nivel internacional, un panel bien configurado y a la altura de nuestros estudiantes, como el caso de **Peter Van Der Heyden**, quien expuso el caso de empresas que emplean nuevas técnicas para reducir costos y dio una serie de recomendaciones para futuros emprendedores”, agregó **Juan Carlos Gachuz**.

La conferencia Administración de marcas fue impartida por **Rajagopal** (India); Diseño e innovación por **Pablo Vidales** (México); y Diseño e implementación de un sistema de costos presentada por **Peter Van Der Heyden** (Inglaterra).

**Rajagopal** es uno de los profesores e investigadores más prestigiados en el área del marketing a nivel internacional, con más de 25 años de experiencia académica. Ha publicado 27 libros y 135 artículos de investigación a nivel nacional e



**TORALES.** “Hay varios factores que impactan en el tiempo que un producto puede permanecer en el mercado. Si la compañía es establecida, si el producto da satisfacción a los consumidores, además su imagen debe dar una fuerza y ésta se debe desarrollar”: **Rajagopal**.

#### LO QUE MARCA LA DIFERENCIA

Uno de los conferencistas más esperados por los asistentes fue **Rajagopal**, quien es profesor visitante en la maestría de administración donde su área de experiencia es la mercadotecnia. En cuanto a la administración de una marca y cómo desarrollarla para obtener un producto vendible, señaló: “Hay varios factores que impactan en el tiempo que un producto puede permanecer en el mercado. Si la compañía es establecida, si el producto da satisfacción a los consumidores, además su imagen debe dar una fuerza y ésta se debe desarrollar”.

Subrayó que la confianza se crea de un consumidor a otro, porque de uno a uno es como se trasmite el gusto por una marca, “finalmente eso es lo que dará éxito al producto, la ventaja de algunos adicionales a la misma familia es que ya tiene integrada la confianza en su marca líder”.

Consideró una situación común que muchos productos tienen confianza en países ajenos al de su origen: “Una marca nacional cuesta más caro que un producto que viene de fuera, estamos sujetos al capricho del consumidor, por cuestiones de idiosincrasia y de un mecanismo complejo e inexplicable”.

Por último, recordó que el éxito de que una empresa mexicana posea el producto en su mismo país depende de que reconozcan cuáles son los satisfactores que van a cubrir, la parte de los costos, “situación donde los mexicanos somos

internacional. En México ha dirigido la integración de 25 casos corporativos sobre administración de negocios en empresas como BMW México, Roche, Nestlé, Cannon México, ING América y Coca Cola.

**Pablo Vidales** fue nombrado el Mejor Ingeniero en computación del año 2000 por la Asociación de Facultades y Escuelas de Ingeniería (ANFEI). Trabajó del 2005 al 2010 como investigador senior en los laboratorios de Deutsche Telekom en Alemania, y desde enero de 2010 regresó a México como Director de Calidad e Innovación para T-Systems México.

Por otra parte, **Peter Van Der Heyden** es maestro en Matemáticas por la Universidad de Cambridge y cuenta con 26 años de experiencia en puestos financieros.



**GUÍA.** **Peter Van Der Heyden** es recordado por haber convencido al consejo directivo de Volkswagen México de no cancelar la producción del VW Sedán en 1984.



**ENTRE LOS MEJORES.** **Pablo Vidales**, ingeniero en Telemática en Computación por el ITAM, quien impartió la conferencia Diseño e innovación.

muy susceptibles al precio y si produces a grandes cantidades obvio que tus costos se reducen, por consiguiente el precio disminuye, ésa es una razón por la que prefieren comprar un producto chino que uno mexicano”. [4]