

La final española de L'Oréal Brandstorm 2013 ya tiene ganadores: tres alumnas de ESADE

Las vencedoras en la XXI edición de este juego de marketing, que asistirán a la final internacional en París el 20 de junio, han presentado un proyecto destinado al lanzamiento de un producto de cuidado capilar para la marca L'Oréal Paris

Madrid, 10 de mayo 2013.- Tras una reñida final, tres estudiantes de Esade han sido las ganadoras de la XXI edición del juego de marketing L'Oréal Brandstorm 2013. El equipo de Esade será el encargado de representar a L'Oréal España en la final internacional, que se celebra en París el próximo 20 de junio y en la que acudirán los finalistas de los 45 países participantes.

En la convocatoria participaron más de 200 alumnos de toda España, de los que se eligieron 18 finalistas, distribuidos en 6 equipos: Universidad Carlos III, Deusto la Comercial, Deusto Este y dos equipos de Esade. Su reto: ponerse en la piel de un director de marketing del sudeste asiático y diseñar el lanzamiento una nueva gama de producto de cuidado capilar para la marca L'Oréal Paris.

Durante ocho meses los jóvenes han tenido que diseñar estrategias, concebir productos, estudiar el mercado local y asumir la responsabilidad de liderar un proyecto, como si de la vida real se tratase. Ayer, los seis equipos finalistas presentaron en detalle sus proyectos ante un jurado formado por Jean Baptiste Dalle, director general de la División de Gran Consumo de L'Oréal España, Inés Caldeira, directora general de L'Oréal Paris y por Pau Gruart, director de Marketing de Eje de L'Oréal Paris.

Los tres finalistas internacionales obtendrán como premio 10.000 euros, 5.000 euros y 2.500 euros, respectivamente, que deberán ser destinados a realizar un viaje para todo el equipo ganador. "El objetivo es que les ayude a descubrir una nueva zona geográfica y a sus consumidores", resume Alessia Diamandidis, directora de Reclutamiento de L'Oréal España. También se dará un premio a la mejor campaña de comunicación. Desde su creación en 1992, se han presentado más de 60.000 estudiantes de 280 universidades y 45 países. Solo en 2012 intervinieron más de 8.200 estudiantes.

Este juego internacional de reclutamiento, que cumple 21 años, forma parte de una estrategia internacional del área de Recursos Humanos de L'Oréal, que busca motivar la creatividad entre los estudiantes y encontrar nuevos talentos. Con Brandstorm 2013, los estudiantes obtienen experiencia profesional y pedagógica, con la que tienen la oportunidad de pasar de la teoría a la práctica, siempre con el respaldo de una multinacional.

En los últimos dos años, gracias a sus diferentes juegos de reclutamiento, L'Oréal ha incorporado en España a 37 nuevos talentos, de los cuales 13 (un 40%) han sido reclutados para el management trainee program.

La Universidad de Navarra, ganadora de la versión online

Por primera vez en su historia, la Universidad de Navarra ha sido la ganadora de la nueva modalidad de trabajo online denominada "Wildcard", principal novedad de Brandstorm de este año. Esta categoría de la competición, puramente online, se realizó con el objetivo de ampliar el número de perfiles de los participantes y las universidades, así como para dotar de mayor diversidad la competición y posterior reclutamiento.

Así, 10 universidades más participaron este año en el juego. En concreto, la Universidad Alfonso X el Sabio, ICAI Comillas, Rey Juan Carlos, Universidad Politécnica de Madrid, Pompeu Fabra, Politécnica de Valencia, Universidad de Sevilla, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Salamanca y Universidad de Navarra.

Datos de contacto:

Catalina Jiménez

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>