

INCLUYE ESTUDIOS ESPECIALES EN ACTIVACIONES, PROMOCIONES Y EVENTOS

17,000 MDP  
INVERTIDOS EN  
ACTIVACIONES EN 2019  
PÁG. 16

120,000 MDP  
RECABO EN VENTAS  
BUEN FIN 2019  
PÁG. 18

476 MMDP  
DERRAMA ECONÓMICA  
EN NAVIDAD  
PÁG. 20

2,900 MDD  
INGRESOS POR VENTAS  
MÓVILES PARA 2020  
PÁG. 24

# InformaBTL®

Promociones, activaciones y *live*

[www.informabtl.com](http://www.informabtl.com)

\$55.00 Año 14 No. 170 Diciembre 2019

Raúl Escalante Martínez,  
vicepresidente de legal y asuntos  
corporativos de Grupo Modelo

Maria Elena Rentería,  
directora de ventas y  
mercadotecnia para  
Latinoamérica de Kellogg

Mauricio Simental Gamez,  
head of marketing de CMC

Karina Gil,  
head of marketing  
& communication  
en Hugo Boss

Margarita Bautista,  
directora de  
mercadotecnia  
Avaya Mexico

# LÍDERES DE LA INDUSTRIA

Precio: \$55.00  
00170



7 52433 7821 1

Distribuir hasta  
05-ENERO-2020

## InformaBTL

InformaBTL es una publicación mensual de Grupo de Comunicación Kátedra, S.A. de C.V. Blvd. Adolfo López Mateos 202 piso 6, colonia San Pedro de los Pinos, C.P. 01180, CDMX  
Tels: 5516-2337/46 Fax 5276-0232  
www.informabt.com  
infobtl@informabt.com

**Presidente:**

Andrzej Rattinger

**Director General:**

Álvaro Rattinger

**Director:**

Raúl Oliva

roliva@informabt.com

**Coordinador Editorial:**

Alejandro Ramírez Enríquez

aramirez@informabt.com

**Editores:**

Lizbeth Serrano Gómora

Guillermo Cortés Uribe

Cecilia Sánchez Miranda

**Colaboradores:**

Alejandro Ayala

Ángel Pedrote

René Montalvo

**Diseño Editorial:**

Dafne A. Munguía Galván

dmunguia@informabt.com

**Fotografía de portada:**

Se tomo con Camara Canon

EOS 5DSR, lentes EF 50mm

f/1.8 STM, EF 85mm f/1.4 USM

**Publicidad:**

Erika Silva

esilva@informabt.com

Tania Castillo

tcastillo@informabt.com

Hiram Rincón

hrincon@informabt.com

**Gerente de circulación:**

Sarai Holguín

gholguin@merca20.com

**Suscripciones:**

suscripciones@informabt.com

Parte pagado, publicación periódica

PP09-1429, autorizado por SEPOMEX

suscripcionesbtl@informabt.com

InformaBTL, revista mensual diciembre de 2019.

Editor Responsable: Andrzej Rattinger Aranda.

Número de Certificado de Reserva otorgado por el

Instituto Nacional del Derecho de Autor:

04-2007-010411515000-102. Número de Certificado

de Licitud de Título y Contenido: (16529). Domicilio de

la publicación: Grupo de Comunicación Kátedra, S.A. de

C.V. Blvd. Adolfo López Mateos 202 piso 6, colonia San

Pedro de los Pinos, C.P. 01180, CDMX. Imprenta: Grupo

Impresor Dadasigrafía S.A. de C.V. Parramos 67, colonia

Modernita C.P. 03510, CDMX. Tel. 8550 6496 Distribuidor:

Comercializadora CBN SA de CV Federico Dávalos #

35, Col San Juan Tlilhuasca Delegación Azcapotzalco CP

02400 Ciudad de México.

# Editorial

¡Estimado lector!

El 2019 ha sido un año marcado por retos, especialmente para México, país que se ha visto en encrucijadas de orden político, social y económico. Respecto a este último tópico, basta echarle un vistazo al desempeño que ha tenido el Producto Interno Bruto (PIB) durante los primeros tres trimestres del año: para el primero fue de 0.2 por ciento, para el otro fue de 0.0 por ciento, mientras que para el último tan sólo alcanzó un 0.1 por ciento, de acuerdo con datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), a lo cual hay que sumar las nada favorecedoras estimaciones que realizan instituciones como Moody's y que prevén que, al sumar los esfuerzos de todo el año, apenas logremos un incremento global del 0.1 por ciento.

Como empresas, ¿hay que estar preocupados? Por supuesto. Sin embargo, como individuos, como compañías e incluso como país, no debemos sucumbir ante el pesimismo de un panorama inhóspito, sino que más bien la situación en la que vivimos debe impulsarnos a salir adelante, a redoblar esfuerzos y, sobre todo, a imprimir en cada una de nuestras acciones y decisiones, pasión, entrega y experiencia, que, en sinergia, nos permitirán tomar decisiones estratégicas de negocio, las cuales nos permitan mantenernos avantes en toda circunstancia.

A propósito de la experiencia y la pasión, para nuestra edición de diciembre le traemos al lector la perspectiva de distintos líderes de la industria, desde vicepresidentes hasta directores, quienes nos comparte parte de su proceso de crecimiento que los ha llevado hasta donde se encuentran en este momento y su visión sobre el *marketing below the line*.

Adicionalmente, el lector podrá encontrar un par de estudios especiales: por un lado, tenemos un estudio de Activaciones y Promociones, en el cual se podrán encontrar algunos de los datos más trascendentes de la industria para este 2019; y por otro lado, también hay una investigación sobre el sector del *Event Marketing* en México. Ambos tiene la finalidad no solo de traer al público la información más relevante sobre estos temas, sino que también buscar ser un material de consulta, como punto de referencia para tomar decisiones estratégicas de negocio.

Antes de concluir estas líneas, queremos agradecerle a anunciantes, socios y, sobre todo, a nuestros lectores por acompañarnos un año más, por brindarnos su tiempo y por ser nuestros motores que nos impulsan día a día.

Atentamente  
Los Editores

# Contenido



## Líderes de la industria 2019

PÁG.6

Estar en un puesto directivo es mucho más complejo de lo que mucha gente puede llegar a pensar, ya que para hacerlo, es necesario tener entrega, pasión y liderazgo, como es el caso de los directivos que te presentamos en este artículo especial.

4 BTL México

16 Activaciones

18 Promociones

20 Retail

22 Especial de eventos

24 E-commerce

26 Especial Norte

27 Mercadotecnia social



## Estudio anual de preferencia en promociones 2019

PÁG.28

Una estrategia de promoción no debe tomarse a la ligera, es por esa razón que debes conocer los resultados del estudio más reciente del Departamento de Investigación de InformaBTL.

30 Latinoamérica

32 Sociales

33 Europa

34 Estilo de vida

## QuickFacts BTL



### CAMBIOS EN EL SECTOR DE LA BANCA

Con más de 25 años de experiencia, Manuel Romo ha sido nombrado director general de Grupo Banamex, esto de manera inmediata desde el pasado 15 de noviembre, aunque su antecesor, Ernesto Torres, dejó su puesto desde octubre. La idea es dar continuidad a la transformación tecnológica de la institución.



### EN CONTACTO CERCANO CON LAS AGENCIAS

Facebook, la red social con mayor número de suscriptores en el mundo, ha nombrado a Pepe López de Ayala como líder de agencias para Latinoamérica. Entusiasmado por su nuevo puesto, el ejecutivo tendrá como principal función encabezar la relación con este tipo de empresas.



### NUEVOS AIRES, NUEVOS CARGOS

Después de haberse desempeñado como gerente en The Peninsula Tokyo, Sonja Vodusek, ha sido nombrada como directora general para The Peninsula London, que forma parte de The Peninsula Hotels, pero cuyo puesto comenzará a ocupar desde el primero de febrero de 2020.

LA INVERSIÓN EN *MARKETING* ALCANZARÁ LOS 189,770 MDP PARA ESTE AÑO

# LÍDERES DE LA INDUSTRIA 2019

EXPERIENCIA, TENACIDAD Y PASIÓN SON ALGUNAS DE LAS CUALIDADES CON LAS QUE CUENTAN LOS DIRECTIVOS QUE TE PRESENTAMOS EN ESTA EDICIÓN ESPECIAL.

Por Alejandro Ramírez, Cecilia Sánchez, Guillermo Cortés y Lizbeth Serrano  
Fotos Cámara Canon EOS 5DSR, lentes EF 50mm f/1.8 STM, EF 85mm f/1.4 USM

En su libro *Los Trabajos y los Días*, Hesiodo menciona que "trabajo sobre trabajo trabaja". Este aforismo, tan vigente hoy como lo fue hace más de 2,500 años que fue escrito, adquiere nuevas dimensiones en el contexto de un mundo globalizado, cada vez más competitivo, donde no solo basta realizar las tareas que se nos encomiendan, sino que, para sobresalir verdaderamente necesitamos imprimir en cada una de nuestras acciones y decisiones pasión, esfuerzo y entrega, más allá de cualquier horario de trabajo, más allá de cualquier cláusula de un contrato laboral.

Un claro ejemplo de lo anterior, son nuestros líderes de la industria, quie-

nes podrás conocer en las siguientes páginas, espacio en el que podrás saber parte del camino que han recorrido para llegar hasta donde se encuentran ahora, además de cuál es la visión que tienen sobre la industria de la mercadotecnia y de la comunicación, que trabajan de la mano día a día para no solo para fomentar el consumo, sino también para llegar al corazón del consumidor, para que la marca forme parte de la vida de las personas.

Sin embargo, además del esfuerzo individual que han hecho cada uno de estos directivos para llegar a ocupar los puestos de cada una de las marcas a las que pertenecen, también está su historia de

liderazgo y manejo de grupos; ya que ser líder va mucho más allá de dar indicaciones a los colaboradores, sino que consiste en que reconocer y potenciar cada una de las habilidades de ellos y, al mismo tiempo, servir como su ejemplo.

Ante un panorama económico colmado de retos para lo que resta del 2019 y lo que viene para el 2020, los directivos que te presentamos a continuación pueden servir al lector como un ejemplo a seguir, como modelo de las mejores prácticas en la industria. Y no queremos dejar pasar la oportunidad de agradecer su participación en este artículo tan especial, cuyas fotos fueron tomadas con Canon Mexicana. BTL





María Elena Rentería,  
directora de ventas y  
mercadotecnia para  
Latinoamérica de Kohler

## KOHLER ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS QUE SOBRESALEN

Por Cecilia Sánchez

La fabricante de gabinetes, azulejos y muebles para baño, Kohler, fue fundada en Estados Unidos, logrando al día de hoy una expansión global que le ha valido estar dentro de las marcas más usadas de su industria. Esto debido a que la firma ha decidido ir por el camino del atrevimiento, convirtiéndose en una de las primeras en lanzar muebles de baño de color hace 30 años; razón por la que logró exponer sus productos en el Museo de Arte Moderno de NYC.

Al respecto, María Elena Rentería, directora de ventas y mercadotecnia para Latinoamérica de Kohler, señala que aunque la empresa goza de posicionamiento global, una estrategia que ha garantizado el éxito, es la de crear siempre campañas y activaciones a nivel local, pues es una forma de mantener la consistencia de la marca; añadiendo que desde siempre ha buscado hacer una

mezcla de las bondades de la marca con sus estudios en economía y *marketing*.

Y aunque en efecto, María Elena es economista de profesión, ha decidido dedicar su esfuerzos a la industria de la mercadotecnia, pues desde siempre se ha inclinado por áreas que demanden un uso de la creatividad y la visión estratégica. Hoy en día ya lleva más de 20 años en este camino y señala que disfruta "el reto constante de lograr la preferencia del consumidor por una marca".

A cerca de cómo han venido evolucionando los hábitos de consumo y las tendencias de la industria, María Elena apunta que precisamente es el cambio constante lo que le da un toque de sabor a su trabajo, pues exige repensar las estrategias con el fin de asegurarse de que la comunicación está generando un impacto efectivo; señalando que son experiencias que obligan a experimentar nuevas tácticas.

La directiva de Kohler también comentó que una de las acciones que han tenido impacto internacionalmente, es el patrocinio del equipo de fútbol Manchester United; que ha sido único debido a que las acciones de ese tipo son toda una hazaña para esa industria en particular. Además, esta forma de hacerse presente en espacios específicos, les ha permitido llegar a nuevos consumidores, compartiendo incluso una misma pasión.

"En Kohler enfocamos nuestros esfuerzos de *marketing* en estar presentes en los lugares donde están nuestros clientes, en búsqueda de soluciones de diseño para baños y cocinas. Es importante que nuestra presencia, ya sea en un *showroom*, una feria, una revista o un evento, sea impecable y siempre enfocada en que la experiencia de nuestros clientes sea única y sobresaliente" aseveró María Elena. BTL