

Impacto y legado: Marcela Velasco, ganadora del Premio Mérito EXATEC



Marcela Velasco, EXATEC del Tec campus Estado de México, fue reconocida con el Premio Mérito EXATEC 2026

30/07/2026

AM Studios

*“Recibir este reconocimiento **es un honor por sí mismo**, pero recibirlo esta noche, ante personas que **han marcado mi vida y mi trayectoria**, lo convierte en un momento de memoria, emoción y profundo cariño”.*

Así lo expresó **Marcela Velasco**, egresada de Mercadotecnia del [Tec campus Estado de México](#) y actual directora de mercadotecnia corporativa de América Móvil – Telcel, tras recibir el **Premio Mérito EXATEC 2026** de la región Ciudad de México.

*“Este es **uno de los premios más importantes** que ha establecido el Tec, **es la máxima distinción** que un egresado de la institución puede recibir”, puntualizó **Silvia Cárdenas**, directora de Relaciones y Desarrollo para los campus del Tec en la*

Ciudad de México.

El **Premio Mérito EXATEC** reconoce trayectorias que inspiran y generan impacto al **transformar realidades** sociales, económicas y culturales, y es entregado a egresados con **más de 15 años** de haber finalizado sus estudios en el [Tec](#).

Reconocimiento otorgado a Marcela Velasco, EXATEC del Tec campus Estado de México. Foto: AM Studios.



Una trayectoria transformadora

La primera etapa profesional de **Velasco** transcurrió dentro del Tec, donde se desempeñó como **profesora y directora de carrera**. Sin embargo, una vacante publicada un domingo cambió por completo su futuro.

*“El anuncio de una vacante como **asistente de mercadotecnia** fue lo que cambió mi destino. Fue mi **salto a la vida corporativa** con la promesa de un sueldo según aptitudes, desarrollo a mediano plazo y un magnífico ambiente de trabajo”, recordó.*

Ese paso la llevó a **Danone**, empresa que considera una escuela de formación profesional. En esa misma etapa conoció a quien llama el "Virgilio" de su vida: una persona que **convirtió los desafíos laborales en oportunidades** para demostrar su capacidad.

***"Todos tenemos un Virgilio en la vida. Al mío, decidí verlo como una oportunidad de demostrar mis capacidades dentro de la empresa",** señaló.*

Gracias a ello presentó por primera vez una marca ante el vicepresidente para Latinoamérica: la **gelatina Dany**. El reto consistía en reposicionarla como un **producto divertido** y con personalidad propia.

La respuesta de **Velasco** fue crear un personaje que se mantiene vigente hasta la actualidad: **un colorido tucán** que identifica a la marca.

Marcela Velasco durante su discurso tras ser reconocida con el Premio Mérito EXATEC 2026. Foto: AM Studios.



Más adelante asumió el lanzamiento de una campaña para **Danup**, con el objetivo de posicionarlo como el **yogurt bebible más refrescante** para los jóvenes. La estrategia inicial, sin embargo, no tuvo los resultados esperados.

“Pensé, ¿qué es más refrescante que un refresco? De ahí surgió la campaña ‘el refresco de Danone’. Sin duda, un gran error”, recordó.

El contexto obligó a replantear el mensaje y **destacar los beneficios saludables** del producto, una experiencia que dejó una enseñanza que **aún guía su trabajo**.

*“Esta experiencia me enseñó que **siempre hay tiempo para corregir** y cambiar el rumbo de lo que está mal”.*

Durante la década de 1990 participó en la **selección de productos internacionales** para el mercado mexicano, proceso que permitió la llegada del **agua Evian** al país.

Tiempo después, tras la **adquisición de Bonafont** por parte de Danone, recibió un nuevo desafío: **posicionar una marca de agua** en un mercado altamente competitivo.

En lugar de centrar la comunicación en los **procesos de purificación**, apostó por un concepto simple que permaneció en la memoria de los consumidores: **el agua ligera**.

Posteriormente incursionó en la **industria tabacalera**, donde desarrolló estrategias enfocadas en el **valor aspiracional de las marcas** mediante su vinculación con deportes de alta velocidad.

Verónica Pedrero, directora general del Tec campus Estado de México.

Foto: AM Studios.



Cuando su hijo tenía cinco meses, se incorporó a **Telcel**. Ahí enfrentó uno de los mayores retos de su carrera: **diferenciar a la empresa** en medio de la guerra de precios de las telecomunicaciones.

Tras una **investigación de mercado** identificó 3 factores decisivos para los consumidores: **cobertura, servicio al cliente e infraestructura**. Con esos hallazgos nació una de las campañas más reconocidas de la marca.

*“Tomamos la **cobertura como bandera** de la marca”, subrayó.*

Así surgió ‘Todo México es territorio Telcel’, **campana que permanece vigente** y que dio identidad a la marca con el emblemático **globo aerostático azul**.

Con la expansión de América Móvil, **Velasco** participó en el desarrollo de los **manuales de identidad de marca** para los países donde opera la compañía y, desde 1998, ocupa la **Dirección de Mercadotecnia Corporativa**, impulsando marcas como Claro.

“Los mayores retos son una oportunidad de demostrar tus capacidades”.- Marcela Velasco.

Su trayectoria fue reconocida con un **galardón a la carrera en mercadotecnia**, entregado por **Philip Kotler**, considerado el padre del marketing moderno.

“Yo estudié con sus libros. Para mí fue un gran honor recibir ese reconocimiento de la mano de Kotler”, concluyó.

Tras recibir el **Premio Mérito EXATEC**, el nombre de **Marcela Velasco** quedará grabado en la placa mural del premio, que se encuentra dentro del **Tec campus Estado de México**.

NO TE VAYAS SIN LEER:

