

# ¡De colección! EXATEC de Hidalgo lleva el ADN Tec a Panini México



¿Sabías que el **auto coleccionable de Checo Pérez** y el **álbum de colección de los personajes de Chespirito** son distribuidos por **Panini México**?

**Marina Benavides**, egresada de la **Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas del Tec campus Hidalgo** y actual **directora general de Editorial Panini en México**, comparte para **CONECTA** el trabajo que realiza esta editorial en nuestro país.

*"A mí me gusta hablar de Panini como un vehículo que transporta emociones y sentimientos. Que se reflejan a través de colecciones."*



`width="1920" loading="lazy">`

Panini en México

**Panini**, editorial italiana, **presente en 60 países alrededor del mundo, se dedica al tema de colecciones: estampas, mangas, cómics y libros**; publicando diversos productos bajo licencias con peso mundial.

**Con la llegada de Panini a México en el mundial de 1970**, Marina explica que la empresa en nuestro país se maneja a través de distribuidores.

En nuestro país, **Panini tiene más de 26,000 puntos de venta** los cuales manejan diferentes canales de distribución, **como son Walmart, Aurrera, H. E. B y cadenas tipo Oxxo o Liverpool.**

La editorial cuenta con un esquema muy interesante que son las **Tiendas Panini, y actualmente existen 65 tiendas en todo el país.**

**En estas tiendas se venden exclusivamente elementos Panini**, que pueden ser colecciones o publisher.

Benavides comparte para **CONECTA**, que el trabajo que existe detrás de cada uno de los productos que se posicionan como favoritos entre el target es impresionante, esto debido a que **se trabaja bajo licencias, manteniendo la calidad y el posicionamiento del producto.**

*“Las empresas nos dan licencias durante cierto periodo, y nosotros comenzamos la distribución relacionada al producto editorial de estas empresas.”*

Hace hincapié en que **sorprendentemente muchos no reconocen a la editorial**, sino a la marca con la que trabajan bajo licencia.



width="1920" loading="lazy">

*“Cuando Checo Pérez obtuvo el primer lugar en la Fórmula 1, distribuimos el auto rosa representativo de su equipo y el casco con el que corría, para todos los que deseaban coleccionarlo.”*

*“Es posible que encuentres en el mercado el auto coleccionable de Checo, pero tú no sabes que Panini lo trajo y lo distribuyó. Nosotros hacemos una publicación para poder venderlo.”*

Enfocándose en colecciones publisher, **la editorial es capaz de hacer llegar objetos con valor sentimental.**

Durante 2020, **Panini participó en uno de los proyectos más representativos** para la comunidad Latina y para la empresa en México.

*“Se lanzó el álbum de colección de Roberto Gómez Bolaños con los personajes de Chespirito. Su hijo quería que fuera algo especial, de calidad y que transmitiera esa emoción a quienes crecieron con estos personajes.”*

Marina menciona a **Panini México** como la **base para hacer operaciones de exportación** de los productos a diferentes países, como **Colombia, Costa Rica, Chile, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.**

### **Acercamiento con la empresa**

*“Tengo poco tiempo en Panini. Llegué en abril del año pasado, en plena pandemia y en pleno caos, esta oportunidad se dio”.*

Añade que **ella conocía Panini como la empresa de las estampillas del mundial**. No conocía todo lo que estaba detrás de cada producto y toda la organización, distribución y logística que se maneja dentro de la empresa.

*“Entrar y descubrir todo lo que manejan, el sin fin de cosas que tienen, en temas de calidad, de acabados, de cuidado, te produce emociones y sensaciones, se me abrió un mundo diferente.”*

Emocionada, menciona que **todos los días son muy dinámicos y hay algo nuevo por hacer**. Llegar a tantas personas de tantas edades, motiva a la empresa a cumplir todas las expectativas de las personas.

*“Tengo la oportunidad de construir. Tengo un equipo de trabajo que te deja ser, que te deja soñar, que te deja contribuir.”*

*“Te dan ese espacio de creatividad y esa oportunidad de decir que puedes en algún momento equivocarte pero no pasa nada, lo rectificamos.”*



*width="1920" loading="lazy">*

El sello Tec

**Marina, forma parte de la primera generación de LCPF de campus Hidalgo, en donde eran pocos alumnos.**

**Eso les permitió que la comunicación fluyera en dos sentidos: uno que el Tec les exigía mucho y otro que también ellos exigían mucho al Tec.**

*“La parte de decir, no sé la respuesta pero puedo encontrar o ver cómo se solucionan las cosas, por su puesto que es del Tec. Y lo he llevado conmigo desde el inicio de mi vida profesional.”*

Convencida comenta que pertenecer al **Tec te da un sello ante los demás. El ADN Tec es querer encontrar la respuesta y la solución.** Compartir con las personas valores y principios.

En la institución, **trabajó día a día con retos durante su vida estudiantil**, y esto tiene mucho que ver con la comunicación profesional con la que le gusta trabajar hoy en día.

Para ella **lo más importante son las personas**, considera que si se tiene la oportunidad de trabajar con un equipo, **la gente siempre será lo más importante.**

*“Lo más retador es eso, construir ese puente de comunicación y sobre todo de respeto. Las opiniones no pueden ser igual a las tuyas, la forma de ver la vida puede ser diferente, pero debe de existir un acompañamiento y sobre todo, compartir.”*

**El haber pertenecido al Tecnológico de Monterrey fue esencial para su vida profesional**, y no se refiere sólo al conocimiento, **sino en esencia.**

*“Del Tec, te llevas una base firme, lo que pongas arriba de ella se soporta. Puedes ser de la carrera que sea, pero la base o esencia es la misma para todos: ser congruente con lo que se dice y se hace”, finalizó.*