



**2019**

**INFORME DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA**





## 1 CARTA DEL DIRECTOR

---

## 2 QUIÉNES SOMOS

---

## 3 A QUÉ NOS DEDICAMOS

---

## 4 DÓNDE ESTAMOS

---

## 5 IMPACTO ECONÓMICO

---

## 6 RESPONSABILIDAD SOCIAL



# CARTA DEL DIRECTOR

PROMARKET fue concebida desde su inicio con una visión orientada a la gente que aquí trabaja. Pensamos en nuestros colaboradores como de staff y campo por razones prácticas pero en realidad las hemos considerado siempre como un solo ente que impulsa a la compañía mientras las áreas directivas hacemos todo en nuestro poder para llevar el timón de esa nave de la que ellos son las turbinas y el motor.

Los embates de la situación general del país y del mercado han arremetido en contra de las empresas, pero no se cumplen 21 años en este negocio sin entender que una fórmula para el éxito es tomar siempre en consideración mejoras en el nivel vida de las personas, clientes, colaboradores y proveedores, así como de la comunidad a la que pertenecemos, como parte de nuestra plataforma de negocio; si ellos logran obtener mejoras substanciales en su experiencia de vida, la empresa será una de éxito que, idealmente, asegurará su presencia en el mercado por muchos años más.

El esfuerzo de cada uno de nuestros colaboradores, la preferencia de nuestros clientes y la calidad en el servicio que nos brindan nuestros proveedores tienen un impacto irreductible en el desarrollo y crecimiento de PROMARKET así que es justo que PROMARKET promueva valores y acciones que impacten de vuelta y de forma positiva.

La responsabilidad social no es un favor hacia quienes nos hacen perdurables. Y, si pretendemos permanecer en el mercado, es imposible ignorar, así como calcular, el verdadero valor de nuestro recurso humano para tomarlo en cuenta para la toma de decisiones a todo nivel. PROMARKET es una empresa compuesta en un 74% por mujeres, así que sería necio no considerar sus necesidades y sus causas como parte del ideario de la organización.

Una Empresa Socialmente Responsable ostenta el honor de ser guardián de la comunidad que habita y de la que forma parte, labor que cumple a través del impulso de acciones que mejoren las condiciones de esa comunidad considerando tres pilares para la definición de nuestras metas como ESR: la vida de la gente, la productividad de la empresa y el cuidado que ponemos en la conservación del medio ambiente.

El medio ambiente es una idea íntimamente relacionada con la calidad de vida. Si no existen condiciones aptas para la vida y la salud de las personas, ¿cómo van a subsistir las empresas?

Asimismo nuestra responsabilidad social no es ni una postura política ni una forma de activismo; es ni más ni menos, una lógica de negocio cuyas prácticas nos ponen en sintonía con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Parte de mi responsabilidad como Director General de PROMARKET es pensar en y, en la medida de lo posible, planear la visión de la empresa hacia el futuro y la Responsabilidad Social es un asset que nos ayudará a mantener nuestra posición y nuestro legado. Lo que se hizo este año determina lo que se hará el siguiente y así, año con año predeterminamos el futuro de la empresa y las personas mediante las acciones que tomamos hoy en beneficio de las metas individuales de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y amigos, a través de las que impactamos a la comunidad para tratar de impulsar un cambio positivo en el país, a partir de nuestro esfuerzo como empresa.

**El conocimiento de lo que nos mueve nos hará crecer.**

**Hasta el año siguiente.**

**René Montalvo Castellanos**  
*Director General de PROMARKET*



# / QUIÉNES SOMOS

**PROMARKET** es el ariete de persuasión en el punto de venta. Es el deal closer entre el consumidor final y la marca. Es el buyer's whisperer que teledirige el impulso de compra en favor de esa misma marca. Hoy, la agencia tiene **21 años** y un cúmulo de estrategias y expertise, además de un probado esquema de administración de personal con base en la fórmula que brinda control sobre la información en tiempo real mediante una puntual aplicación de la tecnología más avanzada.

Con **PROMARKET**, al respecto de la marca nuestros clientes tienen todo bajo control.

Tras **21 años PROMARKET** es referente cuando de ejecución en punto de venta se trata. No es un proveedor, es un colaborador comprometido a partes iguales con el éxito de las estrategias. Siempre palpando la atmósfera del mercado, siempre un paso adelante de los esfuerzos de los competidores de las marcas que representa. **PROMARKET** posee la conciencia expandida de hasta la última necesidad de cada marca.

Ya con todo bajo control, la ejecución es la que marca la diferencia; lo que no se hace en favor de la marca la aniquila.

Con la finalidad de mantenerse relevante, **PROMARKET** mantiene una permanente actualización de sus procesos y una constante capacitación de su capital humano. La inversión recurrente en tecnología, en adición con lo anterior, asegura su permanencia en en la mercadotecnia promocional.





# / A QUÉ NOS DEDICAMOS

Un análisis exhaustivo de las necesidades de cada marca nos conduce a una aguda percepción de cada mínima variación en el volátil temperamento del mercado.

Detonamos las oportunidades mediante **planteamientos estratégicos ad hoc** que invariablemente privilegian la edificación de la marca.

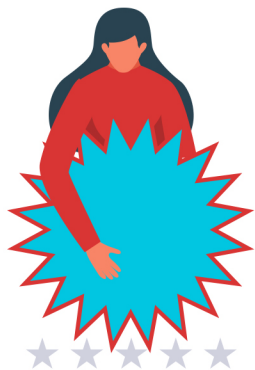
## CAPITAL HUMANO



## MERCHANDISING



## PROMOCIONES



## RETAIL MARKETING



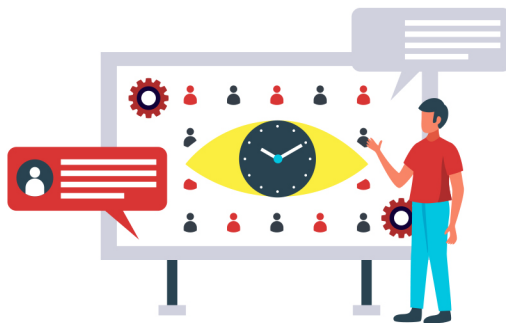
## SALE FORCES



## SAMPLING



## LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN



## BTL



## / DÓNDE ESTAMOS

El recurso o valor humano que provee los servicios de mercadotecnia promocional es primordialmente mujer, de entre **18 y 45 años de edad** con un nivel de escolaridad secundaria y un NSE bajo. Son jefas indiscutibles de sus familias y comunidades y representan la única o principal fuente de ingresos.

Durante el **2019** contamos con el apoyo de un promedio mensual de **2,200 colaboradores** en campo: **supervisores, coordinadores, demos, promotoras, edecanes, Gio's, asesores, consultores, demovendedoras y vendedoras**, altamente entrenadas para representar las marcas de mayor presencia de productos y servicios de nuestros clientes en cualquier rincón de la República Mexicana.

Evidentemente, los beneficios laborales que se obtienen como parte de esta empresa no sólo llegan a cada una de ellas, sino que justo por estar en campo y con base en su situación específica obtienen mayores beneficios que el personal del corporativo.

Resulta vital que este personal en campo pueda laborar dentro del mejor de los climas y situaciones, lo que resulta un reto para **PROMARKET** ya que al no estar físicamente en un sólo lugar es nuestra obligación hacerles llegar los beneficios y que el ambiente permee a los individuos más que a los lugares. Del mismo modo nos esforzamos en hacer que los procesos de reclutamiento y contratación sean lo más ágiles posibles.

**PROMARKET** tiende lazos para que hasta el último elemento, en la plaza más remota, sienta el respaldo de la empresa y sepa que puede acudir a nosotros y consultar lo que requiera a través de los canales que se mantienen permanentemente abiertos para quien lo requiera.



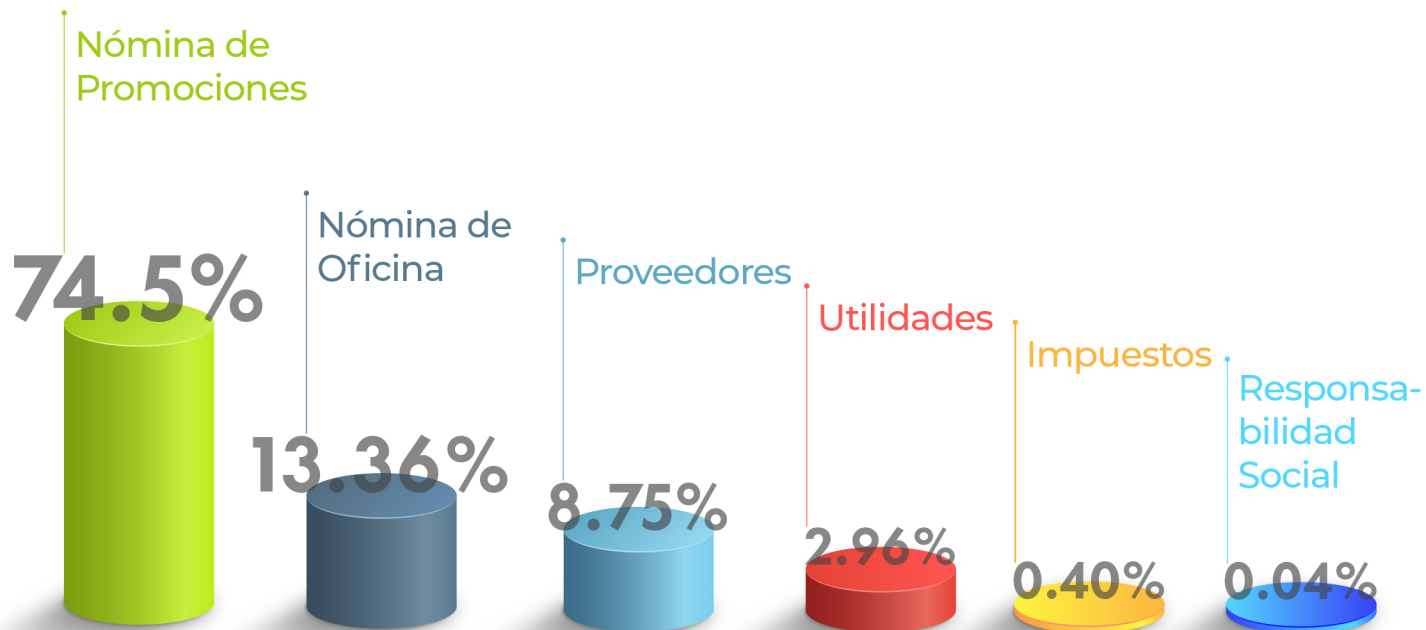


## / DÓNDE ESTAMOS



·Acapulco ·Aguascalientes ·Angostura ·Cabo San Lucas ·Caborca ·Campeche ·Cancún  
·Cd. Constitución ·Cd. Juárez ·Cd. Del Carmen ·Cd. Obregón ·Cd. Victoria ·Celaya ·Chapala  
·Chihuahua ·Colima ·Comalcalco ·Córdoba ·Coatzacoalcos ·Cuautla ·Cuernavaca ·Culiacán  
·Dolores Hgo. ·Durango ·Ensenada ·**Guadalajara** ·Guamuchil ·Guasave ·Guaymas  
·Hermosillo ·Huatabampo ·Irapuato ·La Paz ·Lagos de Moreno ·León ·Los Cabos ·Los Mochis  
·Matamoros ·Matehuala ·Mazatlán ·Mérida ·Mexicali ·Minatitlán ·Mocorito ·**Monterrey**  
·Morelia ·Nogales ·Novalato ·Nvo. Laredo ·Oaxaca ·Orizaba Pachuca ·Playa Del Carmen  
·Puebla ·Puerto Vallarta ·Querétaro ·Reynosa ·Salamanca ·Saltillo ·San Juan del Río  
·San Luis Potosí ·Tampico ·Tepic ·Tijuana ·Tula ·Toluca ·Torreón ·Tuxtla ·Uruapan  
·Veracruz ·Villahermosa ·**Valle de México** ·Xalapa ·Zacatecas ·Zamora

# / IMPACTO ECONÓMICO



NÓMINA DE PROMOCIONES	74.5%
NÓMINA DE OFICINA	13.36%
PROVEEDORES	8.75%
UTILIDADES	2.96%
IMPUESTOS	0.40%
RESPONSABILIDAD SOCIAL	0.04%



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES

En este centro de trabajo, **Promarket**, en relación con la prevención de los factores de riesgo psicosocial; la prevención de la violencia laboral, y la promoción de un entorno organizacional favorable, se asumen los compromisos siguientes:

- Los actos de violencia laboral no son tolerados, así como ningún incidente que propicie factores de riesgo psicosocial o acciones en contra del entorno organizacional favorable;
- Se aplican medidas encaminadas a la prevención de los factores de riesgo psicosocial; la prevención de la violencia laboral, y la promoción de un entorno organizacional favorable, para prevenir sus consecuencias adversas;
- Se cuenta con un procedimiento de atención justo, que no permite represalias y evita reclamaciones abusivas o carentes de fundamento, y que garantiza la confidencialidad de los casos;
- Se realizan acciones de sensibilización, programas de información y capacitación;
- Se divulgan de forma eficaz las políticas de prevención y las medidas de prevención;

Todos los trabajadores participan para establecer y poner en práctica esta política en el lugar de trabajo; Se respeta al ejercicio de los derechos del personal para observar sus creencias o prácticas o para satisfacer sus necesidades relacionadas con la raza, sexo, religión, etnia o edad o cualquier otra condición que pueda dar origen a la discriminación, y se crean espacios de participación y consulta, teniendo en cuenta las ideas de los trabajadores y empleados.

### La política se basa en los principios siguientes:

#### 1. Para favorecer un entorno organizacional favorable, en el centro de trabajo se:


- a) Realizan reuniones con los trabajadores para que todos tengan la oportunidad de exponer sus dudas, inquietudes, quejas relacionadas con su trabajo;
- b) Mantienen limpias las áreas de trabajo; así como las áreas comunes: comedor, baños, sanitarios, accesos;
- c) Trata con amabilidad y cortesía a los compañeros de trabajo, jefes, subalternos, visitantes, proveedores, clientes;
- d) Atienden todos los casos relacionados con burlas, malos tratos, discriminación, etc., y en su caso, se sancionan éstos;
- e) Realizan exámenes médicos al personal de nuevo ingreso para procurar y mantener su salud;
- f) Llevan a cabo exámenes psicológicos y/o psicométricos para situar a cada trabajador en el puesto para el cual cuenta con capacidades y preparación acordes;
- g) Realizan planes de promoción interna, y
- h) Capacita a todo el personal para el desempeño de sus funciones, su seguridad y desarrollo.

2. En este centro de trabajo, para promover el sentido de pertenencia de los trabajadores a la organización, se hace hincapié en que todas y todos los trabajadores y empleados son importantes para el centro de trabajo, ya que el mismo no puede funcionar si no se cuenta con personal desde el de la limpieza, pasando por el operativo, administrativo y hasta el directivo.

# / RESPONSABILIDAD SOCIAL


## NOM 035

La NOM 035 tiene como objetivo establecer los elementos para identificar, analizar y prevenir los factores de riesgo psicosocial, así como para promover un entorno organizacional favorable en los centros de trabajo.



# VIOLENTÓMETRO

EL RESPETO COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO



- VIOLAR
- ABUSO SEXUAL
- FORZAR UNA RELACIÓN SEXUAL
- AMENAZAR DE MUERTE
- AMENAZAR CON OBJETOS O ARMAS
- ENCERRAR Y/O AISLAR
- PATEAR
- CACHETEAR
- EMPUJAR Y/O JALONEAR


**¡ALÉJATE! TU VIDA ESTÁ EN PELIGRO**

- PELLIZCAR / ARAÑAR
- GOLPEAR "JUGANDO"
- CARICIAS AGRESIVAS
- MANOSEAR
- DESTRUIR ARTÍCULOS PERSONALES
- CONTROLAR / PROHIBIR
- INTIMIDAR / AMENAZAR
- HUMILLAR EN PÚBLICO

**¡REACCIONA! DENUNCIA Y PIDE AYUDA**

- RIDICULIZAR / OFENDER
- DESCALIFICAR
- CULPABILIZAR
- CELAR
- IGNORAR / LEY DEL HIELO
- MENTIR / ENGAÑAR
- CHANTAJEAR
- BROMAS HIRIENTES

**¡CUIDADO! LA VIOLENCIA ESTÁ PRESENTE**



## A VECES EL AMOR GENERA VIOLENCIA

EL RESPETO COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO

Y nos gusta el amor, sin embargo te pedimos que contemples lo siguiente antes de iniciar una relación personal en el trabajo:

Piensa si en la relación hay algún tipo de desequilibrio de poder (jefe-subordinado)

Una relación que debe mantenerse en secreto ¿es sana?

Tu relación, ¿interfiere con alguna de tus labores?

Analiza qué sucedería en el caso en el que la relación termine, ¿podría volverse tóxico el ambiente?






ESTO TE INTERESA

¿CUÁNTO TIEMPO LABORAL TIENES?

# PROMO

## NEWS


LO MÁS NUEVO

Contenido de la NOM 035

Publicación interna de Promarket    Febrero 2019

LO +  
NUEVO

Todo lo que tienes que saber sobre la NOM-035-STPS-2018



El 23 de octubre de 2019 entró en vigor la NOM-035-STPS-2018, factores de riesgo psicosocial en el trabajo —identificación, análisis y prevención emitida por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, esta norma tiene como objetivo, identificar y prevenir factores de riesgo psicosocial, así como para promover un entorno organizacional favorable en los centros de trabajo.

¿Qué son los factores de riesgo psicosocial?

Aquellos que pueden provocar trastornos de ansiedad, estrés grave derivado de la naturaleza de las funciones del puesto de trabajo o actos de violencia laboral al trabajador por el trabajo desarrollado.

¿Tu patrón está obligado a cuidarte del estrés?, esto dice la ley:

Por esta razón, es importante que los dueños de empresas y/o el área de recursos humanos, tengan claro cuáles son los factores que busca regularizar la NOM-035, los cuales se enlistan a continuación:


Factores propios de la actividad: evaluar ¿cómo son las cargas de trabajo?; si existe falta de control en el trabajo o hay posibilidad de desarrollo.

Organización del tiempo de trabajo: evaluar si las jornadas de trabajo son extensas o si hay interferencia en la relación trabajo-familia.

Liderazgo y relaciones de trabajo: identificar cómo son las relaciones sociales en el trabajo y si existe violencia laboral.

Entorno organizacional: evaluar si existe sentido de pertenencia, retroalimentación en el trabajo, si hay reconocimiento o compensación hacia los colaboradores y formación constante.

Poco a poco te iremos detallando más información acerca de esta norma que nos compete a todos.





# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## NOM 035

### CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR A LOS TRABAJADORES QUE FUERON SUJETOS A ACONTECIMIENTOS TRAUMÁTICOS SEVEROS

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Promoción: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_

Marque una "X" a la respuesta que se le indica

Sección / Pregunta	Respuesta	
	SÍ	No
<b>I.- Acontecimiento traumático severo</b>		
¿Ha presenciado o sufrido alguna vez, durante o con motivo del trabajo un acontecimiento como los siguientes:		
➤ Accidente que tenga como consecuencia la muerte, la pérdida de un miembro o una lesión grave?		
➤ Asaltos?		
➤ Actos violentos que derivaron en lesiones graves?		
➤ Secuestro?		
➤ Amenazas?, o		
➤ Cualquier otro que ponga en riesgo su vida o salud, y/o la de otras personas?		
<b>II.- Recuerdos persistentes sobre el acontecimiento (durante el último mes):</b>		
¿Ha tenido recuerdos recurrentes sobre el acontecimiento que le provocan malestares?		
¿Ha tenido sueños de carácter recurrente sobre el acontecimiento, que le producen malestar?		
<b>III.- Esfuerzo por evitar circunstancias parecidas o asociadas al acontecimiento (durante el último mes):</b>		
¿Se ha esforzado por evitar todo tipo de sentimientos, conversaciones o situaciones que le puedan recordar el acontecimiento?		
¿Se ha esforzado por evitar todo tipo de actividades, lugares o personas que motiven recuerdos del acontecimiento?		
¿Ha tenido dificultad para recordar alguna parte importante del evento?		
¿Ha disminuido su interés en sus actividades cotidianas?		
¿Se ha sentido usted alejado o distante de los demás?		
¿Ha notado que tiene dificultad para expresar sus sentimientos?		
¿Ha tenido la impresión de que su vida se va a acortar, que va a morir antes que otras personas o que tiene un futuro limitado?		
<b>IV Afectación (durante el último mes):</b>		
¿Ha tenido usted dificultades para dormir?		
¿Ha estado particularmente irritable o le han dado arranques de coraje?		
¿Ha tenido dificultad para concentrarse?		
¿Ha estado nervioso o constantemente en alerta?		
¿Se ha sobresaltado fácilmente por cualquier cosa?		

**Estimado colaborador te solicitamos si eres tan amable llenar este cuestionario, el cual nos permitirá apoyarte y estar alerta en el caso de que hayas sufrido algún Acontecimiento Traumático como los que se describen en la encuesta.**

Te pedimos ser lo más objetivo posible en tus respuestas.

[Responder encuesta](#)

Como siempre agradecemos tu apoyo

# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## PORQUE LA AMISTAD ES PARA SIEMPRE

**POR QUE LA AMISTAD**  
**• ES PARA SIEMPRE •**

Te invitamos a participar en nuestra campaña del mes de Febrero

Comparte esa foto y/o video que captó el momento justo en el que tu amig@ hizo el ridículo, la situación incomoda, la peor foto de su vida, el momento y el instante perfecto, etc. y cuéntanos la historia.

Debes enviar tu foto/historia al mail [comunicación@promarket-mexico.com](mailto:comunicación@promarket-mexico.com)

- Tu nombre completo
- Ciudad
- Promoción
- Tu foto y/o vídeo

Premiaremos a las 3 mejores foto/historias.  
Participa y festeja la amistad este 14 de Febrero

**PROMARKET**



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL CELEBRANDO A MAMÁ



**El baúl de los recuerdos**

Busca en tus recuerdos aquella foto u objeto que te recuerde a tu madre o que sea algo significativo para amb@s.

- Grábate en un video no mayor a 3 minutos y cuéntanos la historia de ese objeto o esa foto.
- Envía tu video a [comunicación@promarket-mexico.com](mailto:comunicación@promarket-mexico.com)
- No olvides anotar en el mail tu nombre completo, tu promoción y tu ciudad
- Fecha límite para enviar tu video viernes 29 de Mayo.

Esperamos tu video, participa.

Feliz Día de las Madres

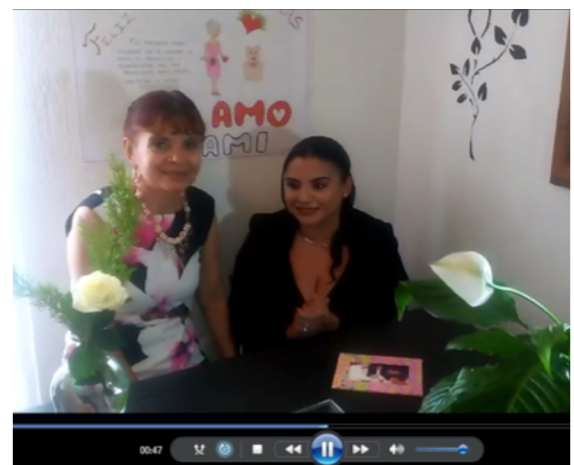
**PROMARKET**

## Campaña día de las madres

No soy buena para el video.... pero no podía dejar de participar.... ya que esta cafetera tiene un significado muy importante para mi mami, resulta que nunca trabajé hasta que fui a la universidad, cuando tuve que hacer mi servicio social en una empresa de Calidad Total me daban un apoyo de transportes por \$600 mensuales, con mi primer apoyo le compré esta cafetera a mi mamá y ella desde entonces la cuida y aprecia mucho la tiene desde 1999.

Te amo mami!

Mireya Ibarra





# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## ANIVERSARIO 21 DE PROMARKET



**PROMARKET**  
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL

# ANIVERSARIO

Por ti hemos llegado a cumplir 21 años  
sintiéndonos más jóvenes que nunca.  
Tú has sido parte integral de este aprendizaje.  
Gracias por tu compromiso y dedicación,  
te invitamos a celebrar:

**Miércoles 21 de agosto / 14:30 a 18:00 horas / Sala 1**

# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## ANIVERSARIO 21 DE PROMARKET



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## FIESTAS PATRIAS

Para conmemorar las fiestas patrias queremos saber que tan mexicano eres te invitamos a contestar un cuestionario referente al 15 de septiembre.

### Fiestas Patrias

\* Obligatorio

1. Nombre Completo \*

2. ¿Quién dio el grito de Dolores Hidalgo? \*

a) Benito Juárez

b) José María Morelos y Pavón

c) Agustín de Iturbide

d) Miguel Hidalgo y Costilla

3. ¿Dónde tuvo lugar el Grito de Dolores? \*

a) Dolores Hidalgo

b) San Miguel de Allende

c) Morelia

d) Santiago de Querétaro

4. ¿Cuándo fue el inicio de la Independencia de México? \*

a) 15 de Septiembre de 1821

b) 16 de septiembre de 1810

c) 16 de septiembre de 1816

d) 24 de diciembre de 1810

5. ¿Qué tenía Miguel Hidalgo como estandarte para su ejército? \*

a) La imagen de la Virgen de Guadalupe

b) La imagen de la Virgen de los Dolores

c) La imagen de la Virgen de Fátima

d) La imagen del Carmen

6. ¿Cómo se autonombró José María Morelos Pavón? \*

a) Siervo Militar

b) Siervo de la Nación

c) Insurgente de la Nación

d) Todas las anteriores

7. El Plan de Iguala ¿en qué fecha se firmó? \*

a) 25 de febrero de 1810

b) 24 de febrero de 1821

c) 29 de febrero de 1820

d) 16 de septiembre 1810

8. ¿Quién escribió el himno nacional mexicano? \*

a) Ignacio Manuel Altamirano y Juventino Rosas

b) Blas Parera y Vicente Guerrero

c) Francisco González Bocanegra y Jaime Nunó

d) Antonio López de Santa Anna y Miguel Hidalgo

Enviar



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## DÍA DE MUERTOS



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## ¡NO LAS TIRES MEJOR SALVA VIDAS!

Continuamos otro año más con esta noble causa de recolectar las tapitas y donarlas al Banco de Tapitas para tratamientos a niños con Cáncer.



**¡NO TIRES TUS TAPITAS!...**  
**...QUE ES PARA NIÑOS CON CÁNCER**

Continuamos con el acopio de tapitas de plástico compañer@s

Con este tipo de acciones apoyamos en una pequeña parte al planeta y en una gran parte a los niños que necesitan ayuda para sus tratamientos de cáncer.

Esta campaña será ya permanente en PROMARKET; deposita tus tapitas en el bote que se encuentra en recepción reclutamiento.

**¡NO LAS TIRES Y MEJOR SALVA UNA VIDA!**



 **UNILA**  
Universidad Latina

 **Banco de Tapitas**  
Done tus tapitas para salvar vidas

Otorga la presente

## Constancia

a: **Servicios Avanzados de Mercadeo, SA de CV**

Por su valiosa contribución a la Fundación "Banco de Tapitas" para apoyo a niños con cáncer.

  
Mtra. Viviana Celia Victoria Aguirre Miranda  
Vicerrectora Académica  
Ciudad de México a 04 de Diciembre de 2019.

 **SÉ UNILA**

 **Banco de Tapitas**  
www.unila.edu.mx



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## PROBLANKET

# PROBLANKET

**Mercadeo de abrazos,**

**promoción de alegrías**



**Esta Navidad todos en PROMARKET vamos a proteger del frío a quien lo necesite.**

**Dona abrigos, chamarras, suéteres y cobijas en buen estado para que la gente sin hogar pueda pasar un tibio invierno, como tú.**

**PROMARKET**  
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL



# / RESPONSABILIDAD SOCIAL

## FIN DE AÑO



### Baile Invernal

PMKT

ESTE 20 DE DICIEMBRE CELEBRA COMO CADA AÑO LA NAVIDAD CON TU FAMILIA DE PROMARKET.

TE ESPERAMOS A PARTIR DE LAS 14:00 EN EL HOTEL COURTYARD MEXICO CITY REVOLUCIÓN.

ADEMÁS DE LA CONVIVENCIA, EL INTERCAMBIO DE AFECTO Y LAS DELICIOSAS VIANDAS; ESTE AÑO HABRÁ CONCURSO DE BAILE COMO DIOS MANDA.

REGISTRA A TU PAREJA O GRUPO COREOGRÁFICO NO MAYOR DE 4 PERSONAS.

#### BASES

- PARA LOS PARTICIPANTES EN PAREJAS DEBERÁN DE BAILAR EN LA PISTA LOS SIGUIENTES GÉNEROS; CUMBIA, REGGETON, ROCK'N ROLL, BANDA Y DISCOTEQUE.
- LOS GRUPOS COREOGRÁFICOS DEBEN PRESENTAR SU COREOGRAFÍA CON UN MÍNIMO DE DOS GÉNEROS, NO SE DEBE DE EXCEDER DE LOS 4 MINUTOS ENTRE LOS DOS GÉNEROS.
- SE CALIFICARÁN TANTO EN PAREJAS COMO EN GRUPOS COREOGRÁFICOS; ORIGINALIDAD, DESTREZA Y VESTUARIO.
- SE PREMIARÁN INDIVIDUALMENTE A LOS GANADORES DEL 1ER LUGAR, 2O. LUGAR Y 3ER. LUGAR INDEPENDIENTEMENTE QUE HAYAN RESULTADO GANADORES PAREJAS O GRUPOS COREOGRÁFICOS.
- LOS PREMIOS SERÁN DINERO EN EFECTIVO.

INSCRÍBETE CON ERNESTO PALAFOX  
EN EL CORREO [EPALAFOX@PROMARKET-MEXICO.COM](mailto:EPALAFOX@PROMARKET-MEXICO.COM)  
PARA QUE SE TE ASIGNE UN NÚMERO.

**PROMARKET**  
MERCADOTECNIA PROMOCIONAL

# / RESPONSABILIDAD SOCIAL FIN DE AÑO



EN PROMARKET *TODO BAJO CONTROL*

Nos vemos el siguiente año

