

Para el 2027 crecerá un 30% los envíos de delivery. Pág. 14

El 61% de los consumidores prefieren comprar productos locales. Pág. 18

mercadotecnia **publicidad** medios

Merca2.0

Año 23 No.277, marzo 2025 \$100.⁰⁰

líderes en mercadotecnia, publicidad y medios

www.merca20.com

EL LIDERAZGO EN MARKETING NUNCA HA SIDO MÁS DESAFIANTE NI MÁS EMOCIONANTE



Líderes de Marketing

VISIONARIOS REDEFINIENDO LA INDUSTRIA





**LOS LÍDERES SABEMOS
MARKETING DE LA A LA W**

CREATIVITY · WEB-APP TECHNOLOGY · STRATEGY AND DIGITAL TRANSFORMATION · BRANDING · ORM
INBOUND MARKETING · MEDIA BUYING · CONTENT · PRODUCTION · INFLUENCER MARKETING



ABCW



Changing the rules

www.abedigital.mx

US

Doral, Miami
+1 (305) 721 3023

MX

Polanco, CDMX
(52) 55 8661 9247

COL

El Chicó, Bogotá
57 (601) 390-9561

VISIONARIOS REDEFINIENDO LA INDUSTRIA

1000

Líderes de Marketing

POR MESA EDITORIAL

El liderazgo en marketing nunca ha sido más desafiante ni más emocionante. En un mundo, donde la tecnología, las expectativas de los consumidores y las dinámicas de mercado cambian constantemente, los líderes del marketing, enfrentan el reto de redefinir estrategias, innovar en la conexión con las audiencias y dejar una huella significativa.

En esta edición especial de Líderes de Mercadotecnia 2025, exploramos las historias, estrategias y filosofías de 100 Líderes de Marketing quienes están marcando el rumbo en la industria. A través de diversas perspectivas, nos sumergimos en casos de éxito que inspiran, en tendencias

que transforman la manera en que las empresas se comunican con los consumidores y en los principios estratégicos que definen el liderazgo moderno.

Además, analizamos cómo el rol del CMO está evolucionando frente a los retos del mercado actual. ¿Qué habilidades y enfoques son clave para navegar este nuevo panorama? ¿Cómo están los líderes impulsando la innovación y la diferenciación en sus organizaciones? Estas son algunas de las preguntas que abordaremos mientras celebramos a quienes están redefiniendo la mercadotecnia con visión, creatividad y estrategia. ■

Agradecemos a Casa Comex por brindarnos un espacio excepcional, que se convirtió en el escenario ideal para el shooting de la Edición 100 Líderes de Mercadotecnia 2025.



ABCW

HERNÁN DILLON NOVAL

CEO

Hernán, se ha consolidado como un referente en la industria del marketing. Su visión estratégica y su capacidad de anticiparse a los cambios han sido clave para posicionar a su empresa como un actor global. Con más de 13 años de trayectoria en marketing digital, su camino ha estado marcado por desafíos que han moldeado su liderazgo.

Uno de los mayores retos que ha enfrentado Dillon Noval es liderar en una industria en constante transformación. “La clave no es solo adaptarse, sino adelantarse”, afirma. Su incursión en el mundo digital comenzó mientras cursaba un MBA en la UNAM, donde fundó ABC Digital junto a un equipo de nativos digitales. Con una estrategia enfocada en SEO y un servicio centrado en la eficiencia y la productividad, lograron posicionarse como líderes del sector. Hoy, ABCW se ha convertido en una holding global que no solo sigue tendencias, sino que las define.

Uno de los momentos más significativos en su carrera fue el posicionamiento de ABC Digital en los primeros lugares orgánicos de Google, gracias a una estrategia SEO sólida y sostenida. “No fue un éxito temporal, sino una metodología que hemos mantenido por más de una década”, comenta. Este enfoque les permitió replicar el éxito en otras marcas dentro de la holding, consolidándose como un referente en la industria.

La inteligencia artificial y el marketing basado en datos son elementos fundamentales en la estrategia de ABCW. Dillon Noval explica que “la IA nos permite optimizar procesos, personalizar experiencias y tomar decisiones más rápidas y precisas”. El uso de datos

en tiempo real también es un factor clave para ajustar estrategias y mejorar el rendimiento de las campañas.

Otro aspecto crucial en la visión de ABCW es la sostenibilidad. “Las marcas no solo deben buscar el éxito económico, sino también generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente”, sostiene Dillon Noval. La elección de partners responsables y la eficiencia en el uso de recursos forman parte del ADN de sus estrategias.

A pesar del avance de la tecnología, Dillon Noval enfatiza la importancia del equilibrio entre lo digital y el factor humano. “La autenticidad y la empatía no pueden ser sustituidas por algoritmos”, afirma.

**“LA AUTENTICIDAD
Y LA EMPATÍA
NO PUEDEN SER
SUSTITUIDAS POR
ALGORITMOS”**

Su enfoque busca humanizar la tecnología, asegurando que las estrategias de marketing resuenen de manera genuina con el público.

Fomentar la creatividad y la innovación dentro de su equipo es una prioridad para Dillon Noval. “Creemos que la mejor forma de inspirar ideas es permitir que cada miembro aporte su perspectiva única”, comenta. En ABCW, la experimentación y el aprendizaje continuo son pilares fundamentales, respaldados por herramientas y espacios que permiten a los colaboradores explorar nuevas ideas.

Según Dillon Noval, un líder efectivo en marketing debe tener la capacidad de adaptarse rápidamente sin perder de vista los objetivos

a largo plazo. “Un buen líder debe combinar visión estratégica con ejecución práctica y fomentar un entorno de colaboración”, sostiene. Uno de sus mayores logros ha sido el lanzamiento y posicionamiento de una marca de seguros en un sector dominado por compañías globales. Gracias a una estrategia digital innovadora, lograron consolidarse rápidamente como líderes en su categoría, demostrando el impacto de una visión disruptiva.

LIDERAZGO

El rol del CMO ha cambiado significativamente en los últimos cinco años, pasando de un enfoque centrado en la creatividad a una visión estratégica integral. “Hoy, los CMOs juegan un papel crucial en la toma de decisiones ejecutivas, impulsando la estrategia general de la empresa”, explica Dillon Noval. La comprensión del consumidor y el dominio de tecnologías como la inteligencia artificial son habilidades esenciales para liderar en la mercadotecnia moderna.

Respecto al futuro del sector, predice que la mercadotecnia será más predictiva que reactiva. “La IA y el análisis de datos en tiempo real permitirán anticipar necesidades antes de que los consumidores las expresen”, destaca. Tecnologías como la realidad aumentada y el metaverso transformarán la interacción entre marcas y consumidores, haciendo que las experiencias sean más inmersivas.

Con una visión que combina tecnología, creatividad y un enfoque humano, Hernán Dillon Noval sigue redefiniendo las reglas del marketing, asegurando que ABCW y sus clientes no solo se adapten al cambio, sino que lo lideren. ■



Fotografía: Paco Díaz @pacodiaz para @pdp.media
Dirección: Diego Hernández @diegohdzausa
Coordinación de producción: Ana Andreoni @anandreoni
Iluminación: Andrés Pozos @ktsune_94
Post producción: Sofía Infante @infantec

