

80% de usuarios sigue a un influencer por el contenido.  
Pág. 8

35.5 millones de estudiantes SEP volvieron a clases.  
Pág. 16

# mercadotecnia publicidad medios Merca2.0<sup>®</sup> 20 AÑOS

Año 20 No.247, SEPTIEMBRE 2022 \$100.00

Líderes en mercadotecnia, publicidad y medios

[www.merca20.com](http://www.merca20.com)



**Marketing  
women**  
2022 • México

Distribuir hasta 05-OCTUBRE-2022



REVISTA MERCA 2.0 ED. 247 PVP \$100.00 M.N.



CORTESIA

# KARLA GONZÁLEZ

Busco romper los tabúes alrededor del marketing digital desde mi cargo en ABCW.

Con más de 10 años de carrera, la CRO de ABCW ha llevado el nombre de México en alto expandiendo el modelo de negocio de la agencia a Estados Unidos.

Hablar de la industria de la publicidad, sin mencionar a ABCW como una de las agencias digitales más importantes en el sector, es imposible. Con más de una década de éxitos, ABCW conforma un grupo de empresas que soporta financiera, intelectual y estratégicamente a sus subsidiarias para así ofrecer soluciones integrales bajo los más altos estándares de calidad.

Como una compañía líder en la industria del *marketing*, cuenta con el respaldo de un equipo que combina juventud, experiencia e inclusión, por lo que se enorgullece de contar con Karla Fabiola González Aguirre, como (CRO) Chief Revenue Officer.

Karla es una mujer, esposa y madre apasionada, independiente, perseverante y valiente con voz y fuerza en la industria de la publicidad y el *marketing*

digital. Cuenta con más de 12 años de experiencia, desarrollando e implementando estrategias comerciales de *marketing* y relaciones públicas de acuerdo a los objetivos de las empresas, en las que acelera el crecimiento.

Su rol como Chief Revenue Officer de ABCW, consiste en impulsar la alineación e integración de aquellos departamentos que tienen funciones relacionadas con la generación de *revenue*: *marketing*, ventas y customer access, desarrollo estrategias a corto, mediano y largo plazo para la generación de ingresos rentables para la agencia.

“Busco ofrecer a los clientes propuestas integrales que logren llevar a sus empresas al siguiente nivel, contando con la mejor tecnología, servicio y tendencias del *marketing* digital mundiales”, dice González Aguirre.

La líder detalla que ha sido en parte responsable de desarrollar diversas estrategias para posicionar a ABCW como líder en la industria en México y a nivel internacional.

**“COMO CHIEF REVENUE OFFICER, BUSCO OFRECER A LOS CLIENTES PROPUESTAS INTEGRALES QUE LOGREN LLEVAR A SUS EMPRESAS AL SIGUIENTE NIVEL”**

“Nuestro Programa de Partners único en Latinoamérica, con el cual ayudamos a empresas y agencias a tener una mejor participación en el mercado, dándoles beneficios únicos, económicos, financieros y tecnológicos a los que en su mayoría no podrían tener acceso”, agrega.

Asimismo, se enorgullece de reconocer que llevan el nombre de México en alto al expandir el modelo de negocio de ABCW, a Estados Unidos, permitiéndole a empresas mundiales beneficiarse del mismo y el tener una estrategia digital integral de calidad.

“Buscamos incrementar los ingresos y superar las metas financieras de la industria, rompiendo las barreras y tabúes alrededor del *marketing* digital”, asevera.

Finalmente, la Chief Revenue Officer, expresa que su camino en ABCW no se podría lograr sin el apoyo del CEO, Hernán Dillon, quien ha hecho realidad todas sus ideas y propuestas, confiando en su talento y llevando a la compañía hasta donde está ahora. ■



MUJERES LÍDERES EN LA INDUSTRIA DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DE GENERAR ESPACIOS DE TRABAJO DEMOCRATIZADOS, CON UN SENTIDO DE GOBERNANZA, LIDERAZGO Y REPRESENTACIÓN INCLUSIVA.

En los últimos años, la voz de la sociedad se ha hecho escuchar, dejando claro que todas las personas tienen derecho a estar representadas, a ser consultadas y a tomar decisiones trascendentes en el sector público y privado, siendo la igualdad de género y la diversidad el eje central del mercado laboral.

Sin embargo, en ese contexto, las mujeres toman un papel relevante para la historia, pues cada vez son más las que, con mérito y habilidad, demuestran el pulso de su liderazgo.

Y aunque la pandemia de Covid-19 puso en riesgo muchos de los avances logrados en los últimos 25 años, respecto al empoderamiento femenino y la igualdad de género, muchas empresas han respondido a la crisis económica

y de salud exhibiendo la fortaleza de sus equipos de trabajo.

Es por eso que en esta edición, Merca2.0 celebra la trayectoria profesional de 65 líderes de marketing y publicidad, quienes lograron afianzar su lugar en marcas de renombre gracias a sus capacidades cognitivas y prácticas, así como a la búsqueda de una mejora en la representación social y laboral de México y Latinoamérica.

Y es que, desde hace algunos años, las empresas han empezado a poner a las mujeres en el centro y crear puestos transformadores para la igualdad de género, por lo que es más común ver a altas ejecutivas –como las que este listado presenta– participando en actividades de difusión y consciencia, como aquellas elaboradas

por Agencias de Naciones Unidas, instituciones académicas y dependencias gubernamentales.

Esto ya que, como leerás en 65 escritos, todas las mujeres exitosas que participaron en este especial concuerdan en una cosa: para lograr la igualdad en la participación y adopción de decisiones empresariales y de vida pública, es necesario cumplir con compromisos y normas que generen entornos y sistemas propicios para todo tipo de grupo social, sean mujeres o adultos mayores, indígenas, personas con discapacidad o miembros de la comunidad LGBTIQ+.

Así, cada una de las líderes explica cómo consideran que deben ejercerse acciones corporativas para erradicar la violencia y el acoso en pleno 2022.



ABCW

## KARLA FABIOLA GONZÁLEZ AGUIRRE

Una mala experiencia en la formación académica de Karla Fabiola González, se convirtió en motivo para acabar con los estigmas de género y el desafío que hay en ello, no solo en la vida cotidiana y profesional.

En México hay una “Norma” en igualdad laboral y no discriminación, que ha impulsado a las empresas a incorporar políticas para mejorar los procesos de reclutamiento, selección, movilidad y capacitación, con lo que se garantiza igualdad salarial y previsión de la violencia laboral. Para Karla Fabiola González, esto ha permitido a las mujeres mejores oportunidades y explotar mucho más sus talentos, con lo que se acorta la brecha entre la diferencia de beneficios laborales en hombres y mujeres.

De la serie de acciones, que a decir de Karla, permiten trabajar con una empresa, la “horizontalidad”, explica, motiva a que las personas sean evaluadas por sus características individuales y no físicas.

“Deberíamos romper con el paradigma de que el empleado que es eficiente, es el único que requiere más apoyo debido a que todos los individuos debemos recibir apoyo en nuestras áreas de mejora y así tener un crecimiento profesional equitativo. Otros ejes serían el respeto a la identidad de cada colaborador, la enseñanza cooperativa y el cambio social”, acota.

Ante estos retos, el principal esquema de liderazgo que Karla ha patentado, se basa además en dar igualdad

de derechos, oportunidades y responsabilidades a los colaboradores, sin importar si se trata de hombres o mujeres.

“Mi equipo está conformado en su mayoría por mujeres ya que han demostrado tener habilidades excepcionales, busco empoderarlas y protegerlas ayudándolas a conciliar el trabajo y la familia permitiéndoles desempeñarse en un ambiente libre de acoso y discriminación”, explica como una de las garantías que han ayudado en su trabajo profesional.

Y vaya que ha logrado ayudarle en el crecimiento no solo de la agencia, también de la industria, a la que ha llegado, dice, tras un largo y satisfactorio camino, lleno de retos con subidas y bajadas.

“La perseverancia y disciplina han sido clave para mantener un crecimiento y aprendizaje constante, realizando autoevaluaciones continuas que me permitan salir de mi zona de confort, hoy estoy contenta de que gracias a mis resultados logre convertirme en socia de ABCW. Esto me ha permitido enfocar todos mis esfuerzos en hacer lo que más me gusta y cuando encuentras tu pasión y haces las cosas con amor, todo se da con mayor facilidad”, concluye.

El enfoque de las actividades de cada talento permite



SU EQUIPO ESTÁ CONFORMADO EN SU MAYORÍA POR MUJERES, A QUIENES AYUDA A CONCILIAR TRABAJO Y FAMILIA EN UN AMBIENTE LIBRE DE ACOSO Y DISCRIMINACIÓN.

CRO

**“EN ABCW DAMOS IGUALDAD DE DERECHOS, OPORTUNIDADES Y RESPONSABILIDADES A LOS COLABORADORES SIN IMPORTAR SI SON HOMBRES O MUJERES”**

que su valía crezca y no solo eso, ayude a romper estereotipos que han formado culturalmente a las industrias al momento de gestionar talento. Cada uno de los episodios profesionales y personales en la trayectoria de Karla se han convertido en recordatorio permanente, de lo que se debe desterrar en el mercado y en la vida cotidiana. Mientras esto es un ejercicio permanente de su trabajo en la industria, la directiva es al día de hoy prueba de la gestión de talento orientada a tendencias actuales, donde viejas prácticas ya no tienen cabida. ■

# SUSCRIPCIÓN ACCESO DIGITAL Y REVISTA IMPRESA

**12 MESES  
POR SÓLO**

~~\$1,200~~

**\$599**



**¡SUSCRÍBETE AQUÍ!**



## CONTACTO

(55) 5516-2337 ext. 178  
www.merca20.com