



El [marketing B2B](#) puede convertirse en un **motor de transformación empresarial**, así lo compartió **Lizette Castillo, EXATEC** de la **Licenciatura en Marketing** en el [Tec campus Puebla](#) y actual líder de marketing en [Google Cloud México](#).

Ella brindó su charla *Cómo las Estrategias Dirigidas pueden Mover Montañas de Negocios*, impartida en el evento *MarketSoul* en el Tec campus Puebla.

La EXATEC ofreció a estudiantes una visión sobre cómo las [campañas dirigidas de marketing](#) pueden generar **oportunidades comerciales millonarias**, transformar industrias enteras y **contribuir al desarrollo tecnológico** del país.

A partir de su experiencia en empresas como [T Systems](#), [Oracle](#) y Google, Castillo destacó que el marketing B2B no solo es relevante, sino **imprescindible para conectar la innovación** tecnológica con su **impacto real en la sociedad**.

*“La tecnología puede cambiar al país, industria por industria, proyecto por proyecto. Eso es lo que quiero hacer”*, comentó Lizette Castillo.

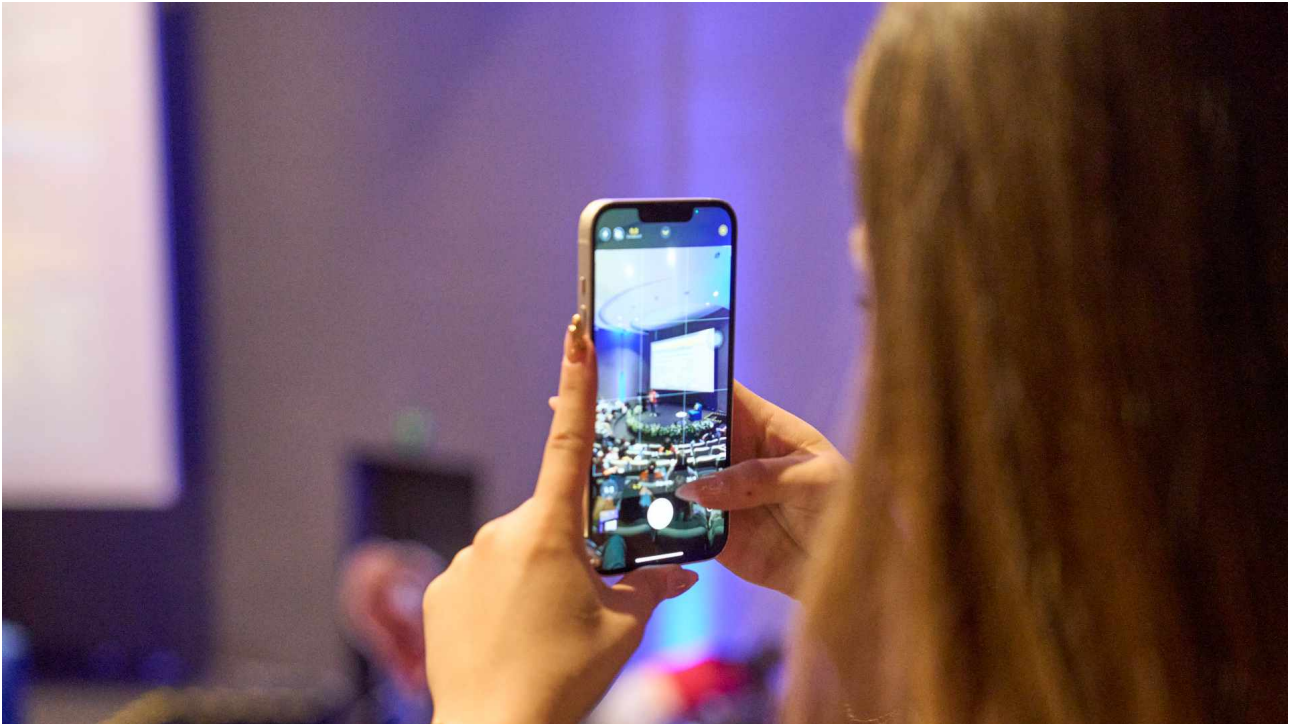


## Claves prácticas del marketing B2B

Durante su participación en *MarketSoul*, Castillo compartió **estrategias concretas** que ha utilizado para **generar oportunidades de negocio** desde el marketing:

- Un estudio tipo **mystery shopper** sobre plataformas de **e-commerce** le permitió identificar oportunidades en una cadenas de supermercados, al comparar sus funciones con las de la competencia y presentar hallazgos personalizados a los consejos directivos.
- La **segmentación** de cuentas clave se realiza considerando factores como el tamaño de la ganancia, número de empleados y gasto en tecnología. Esto permite priorizar empresas con mayor potencial de adoptar las herramientas digitales.
- La práctica de **partner marketing** se traduce en fondos compartidos con proveedores tecnológicos como T-Systems, quienes promueven proyectos bajo la nube de Google. Esto amplía el alcance de las campañas y consolida el ecosistema de soluciones. Además, compartió un caso donde utilizaron **pop-ups** físicos para **posicionar la marca en trayectos estratégicos** de ejecutivos, logrando presencia en momentos decisivos del proceso de compra.

*“Marketing y ventas deben estar completamente alineados. Nosotros creamos demanda, pero también generamos conversaciones estratégicas con los clientes correctos”,* añadió Castillo.



## Una mirada al futuro del marketing con Inteligencia Artificial

Castillo cerró su charla **destacando el papel de la Inteligencia Artificial** en la eficiencia del marketing moderno. Compartió que actualmente hay una **herramienta** que puede **generar predicciones sobre la vida útil de vehículos, rutas óptimas de distribución o comportamiento de usuarios en plataformas digitales**, en cuestión de horas..

La misión que lidera se enfoca en que cada proyecto implementado impulse no solo los objetivos comerciales de una empresa, sino también una **transformación positiva en la sociedad mexicana**.

*“Nuestro trabajo es abrir posibilidades, conectar ideas con soluciones y traducir el lenguaje técnico en mensajes con impacto. Eso es hacer marketing en Google Cloud”, enfatizó Castillo.*

*“La tecnología puede cambiar al país, industria por industria, proyecto por proyecto. Eso es lo que quiero hacer”.*

## La trayectoria del Tec Puebla a Google Cloud

Lizette Castillo comenzó su camino profesional con una **campana de innovación interna** en T Systems. Posteriormente, logró integrarse al área de marketing y **escalar hasta liderar un equipo a los 26 años**, sin formación previa en manejo de equipos.

Años más tarde, se cambió a Oracle, donde **ocupó 6 posiciones diferentes en 4 años**. Lideró campañas para cuentas como **Bimbo, Alsea y Televisa**, además de estar a cargo de la **activación regional del patrocinio de Oracle con Red Bull Racing**.

Este último proyecto, dirigido al público ejecutivo, se desarrolló durante 3 años consecutivos y **le permitió obtener visibilidad global** dentro de la empresa.

Su desempeño la llevó a **ser nombrada líder nacional de marketing en Oracle**. Sin embargo, semanas después de obtener ese rol, **fue contactada por Google**, donde tras un riguroso proceso **con más de 2 mil aspirantes, fue seleccionada** para liderar el área de marketing de Google Cloud en México.

*“Yo iba a las entrevistas sin expectativa, solo a platicar y compartir lo que amo hacer. Esa autenticidad fue clave para conectar”,* compartió Castillo.

**TAMBIÉN QUERRÁS LEER:**