

EXATEC de comunicación galardonada en los premios TikTok



Mónica Tow Echenique, EXATEC de Comunicación del Tec campus Qro, ganó oro por Mejor Campaña de Pymes y bronce en Mejor Presencia Always On en los TikTok Ad Awards por la estrategia para contenido financiero en Digitt.

“Tengo la suerte de trabajar en lo que me apasiona, junto a personas que me inspiran todos los días hacia la misión de mejorar las finanzas en México”, agregó Mónica.

La **egresada en junio de 2023**, tuvo la misión de hacer crecer la marca a través de **estrategias de contenido de valor** que impacten a diferentes públicos.

“Mi estrategia es hacer contenido de valor para que las personas puedan aprender y entretenerse, sin sentir que les vendes algo ni les cuentas de que va tu empresa”, explicó.

EXATEC de Comunicación gana oro y bronce en premios Tik Tok 2024
Mónica con sus dos reconocimientos durante la ceremonia de premiación. Foto: Mónica Tow.

Digitt y los TikTok Ad Awards

En tan solo dos días después de su graduación, Mónica empezó a trabajar en **creación de contenido** para Digitt, donde explica y asesora sobre **tarjetas de crédito**, y te explica cómo tener un **mejor historial crediticio**, cómo ahorrar y cómo invertir.

“Cuando todo inició, yo no sabía de finanzas, pero sí cómo contar buenas historias y hacer buenos videos”, compartió.

Digitt es una Fintech ubicada en Guadalajara, la cual ayuda a refinanciar deudas de tarjetas de crédito, tomando control de tus finanzas con tasas accesibles y un servicio personalizado.

En junio de 2024, Mónica fue invitada a un evento de TikTok para empresas, donde se les dio a conocer los **TikTok Ad Awards**.

“Algo que yo admiro del Tec es que puedes explorar áreas como: cine, periodismo, comunicación institucional, comunicación estratégica y publicidad”.-

Lo que diferencia a los **TikTok Awards** de los **TikTok Ad Awards** es que la primera va dirigida a los influencers y el público vota. En la otra ceremonia, participan marcas y quienes votan son jueces involucrados en el mundo de la publicidad.

En **enero de 2025** recibieron dos nominaciones: **Mejor Campaña de Pymes y Mejor Presencia Always On**, la última se enfrentaron a marcas de **renombre internacional**.

Los TikTok Ad Awards se llevaron a cabo el 30 de enero en Ciudad de México donde ganaron oro y bronce.

“A pesar de no haber sido un premio monetario, para mí fue un momento muy emocionante porque fue mi trabajo de 1 año y medio”, señaló.

Estrategia a base de experiencia

Antes de Digitt, Mónica estuvo en una agencia de publicidad en Ciudad de México, llevando la cuenta de marcas como **Duolingo y Tinder**.

“Allí me di cuenta de que a nadie le importa tu marca. Las personas solo entran a redes sociales para desconectarse o aprender algo.”

Mónica explicó que hoy en día vivimos en un **ecosistema digital** en el que te están vendiendo todo el tiempo y hay anuncios. Por ello, las marcas han creado un **sentido de comunidad**, ya sea

de aprendizaje, humor o, incluso, creando un personaje.

La egresada señala que uno de los problemas más grandes en las **instituciones financieras en México** es que las **personas tienen desconfianza**, específicamente de las **Fintechs** porque hay muchas estafas.

“Algo que nos motivó a hacer comunidad fue que la gente nos tuviera confianza por el hecho de que los podemos ayudar a mejorar sus finanzas, no solo por el producto sino también a través de educación financiera gratuita”, comentó la EXATEC.

EXATEC de Comunicación gana oro y bronce en premios Tik Tok 2024
Los dos reconocimientos obtenidos por la EXATEC. Foto: Mónica Tow.

Mónica notó que numerosas marcas generaban **contenido de valor** con poco alcance, esto se debía a que su contenido no era tan atractivo o no seguían una **narrativa**, por lo que ella se enfocó en la **estructura de los guiones creativos**.

“Al generar orgánicamente su contenido, es más factible que el público confíe en sus anuncios”, agregó.

Además, la EXATEC decidió salir de las tendencias para que **Digitt** tuviera sus propios pilares y no fuera dependiente de las modas.

“Algo más que nos diferencia es que nosotros intentamos dar ese paso extra de ir a preguntar o ir a cotizar un coche a una agencia. Hacemos ver al público las letras chiquitas, más grandes”, añadió.

Otro de los puntos mencionados por Mónica, para crear una comunidad fuerte, es que procura responder a todos los comentarios, esto para que el público noté que la marca tiene esa apertura de contestar.

“Algo que aprendí en Digitt es que los comentarios más importantes de responder son los de las personas que cuestionan nuestro servicio o nos tiran odio, ya que es lo que da más fuerza a tu marca”, agregó al explicar su estrategia.

Mónica con parte de su equipo durante la ceremonia de premiación. Foto: Mónica Tow.



El Tec te abre las puertas a un mundo

“Yo era la alumna que levantaba la mano para editar cualquier video”, compartió Mónica.

Desde una temprana edad le ha gustado **editar videos** y cuando estudió en **PrepaTec** descubrió la Licenciatura en Comunicación, la cual describe como una **carrera muy amplia** y que cubría muchos de los ámbitos que le gustaban.

Al ingresar a la carrera, Mónica tuvo la **oportunidad de explorar el cine**, que era su primera opción. Posteriormente se dio cuenta de que a lo que ella realmente le gusta es dar un **mensaje por medio de un formato más rápido y conciso: la publicidad.**

“Algo que yo admiro mucho del Tec es que te permite explorar todas las áreas, como cine, periodismo, comunicación institucional, comunicación estratégica y publicidad”, agregó.

Realizó un intercambio a **Bélgica**, donde trabajó en un proyecto llamado **Creative Communication**, que se enfocaba en **publicidad y creación de contenido.**

“Algo que me llevo mucho es que, si tus anuncios no son creativos, te van a salir más caros”, compartió uno de sus aprendizajes.

“Todas mis experiencias en el Tec me ayudaron a estar aquí y a haber vivido lo que fueron los TikTok Ad Awards. Tomé una buena decisión de donde estudiar”, concluyó.

SIGUE LEYENDO