

**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE
TABASCO**

**DIVISIÓN ACADÉMICA
DE CIENCIAS
ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

**ZONA DE LA
CULTURA**

**MERCADOTECNIA,
GRUPO CLM**

**ASIGNATURA:
COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR**

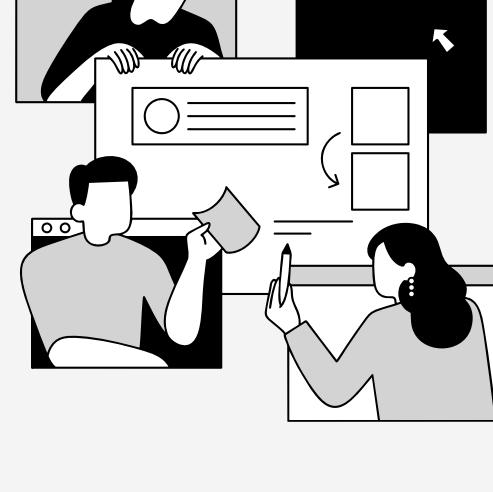
**PROF. MINERVA
CAMACHO JAVIER**

**ALUMNA: IVON LÓPEZ
DE JESÚS**

ESTRATEGIAS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

MARKETING ACTUAL

El entorno del marketing actual evoluciona rápidamente por los avances tecnológicos y los cambios sociales. Las marcas buscan nuevas formas de posicionarse, conectar con consumidores diversos y aprovechar herramientas digitales innovadoras.



E-COMMERCE Y MARKETPLACES

El comercio electrónico en México alcanzó un valor de 39 312 millones USD en 2024 y se espera que crezca un 21.2 % anual entre 2025 y 2033.

Los marketplaces ofrecen nuevas oportunidades para segmentar clientes, personalizar ofertas y posicionar marcas en entornos digitales.

- Estrategias clave:
Personalización basada en datos.
- Experiencias de compra móviles y omnicanal.
- Fortalecimiento del servicio postventa digital.

MARKETING INCLUSIVO Y REPRESENTATIVO

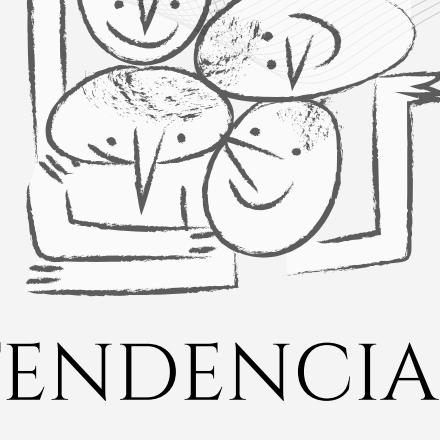
Las marcas que reflejan diversidad cultural, de género y de capacidades generan mayor confianza y fidelidad. El marketing inclusivo no solo mejora la imagen, sino que incrementa las ventas y el vínculo emocional con los consumidores.

Estrategias recomendadas:

Usar lenguaje e imágenes inclusivas.

- Representar distintos grupos sociales.

Asegurar accesibilidad digital y visual.



TENDENCIAS EMERGENTES

Las nuevas tecnologías transforman la forma en que las marcas se comunican:

- Realidad Aumentada (RA): permite experiencias inmersivas que acercan el producto al consumidor.

Gamificación: usa dinámicas de juego para aumentar el compromiso y la recordación.

Marketing Sensorial: integra los sentidos (vista, oído, tacto, olfato) para generar experiencias memorables.

FUTURO DEL MARKETING

El futuro del marketing combina innovación digital, inclusión social y experiencias sensoriales.

Las empresas que integren estas estrategias podrán:

- Diferenciarse en mercados saturados.
- Aumentar su conexión emocional con el público.

Generar valor sostenible y auténtico.

