



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE  
TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

## **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**Infografía sobre estrategias y oportunidades de mercado**

**Presenta:**

Haydé Paulina Aguirre Ascencio

**Asignatura Impartida por la:**

*Prof. Minerva Camacho Javier*

Ciclo 02/25

## INTRODUCCIÓN

Esta infografía es útil para entender los puntos principales acerca de las estrategias y oportunidades de mercado que hoy impulsan la transformación digital y la innovación en el marketing. Al identificar los conceptos clave como la segmentación avanzada, el posicionamiento estratégico en redes sociales y la creación de contenidos, la infografía nos ayuda a identificar en qué aspectos las empresas deben adaptarse a las exigencias cambiantes del consumidor digital y capitalizar las tendencias emergentes.

Además que, se destaca la importancia de construir campañas inclusivas y representativas, abordando la representación auténtica de audiencias, la accesibilidad de los contenidos y la competencia cultural como pilares imprescindibles para una comunicación efectiva y ética. Las marcas deben reconocer la diversidad de sus públicos y crear propuestas que generen valor real para cada perfil de consumidor, considerando variables demográficas, sociales y culturales.

El trabajo también muestra las tendencias innovadoras que están remodelando el marketing, como la realidad aumentada, las experiencias inmersivas, la hiperautomatización basada en IA y el video interactivo, proporcionando herramientas para diferenciarse en entornos cada vez más competitivos. La infografía facilita el reconocimiento visual de los conceptos para su mejor entendimiento y como estos se relacionan los unos con los otros.

# ESTRATEGIAS Y OPORTUNIDADES

## DE MERCADO

### NUEVAS OPORTUNIDADES DE

#### SEGMENTACIÓN



Segmentación basada en comportamiento digital



Uso de IA y machine learning



Segmentación omnicanal



Aprovechamiento del comercio social



Segmentación por fases de compra

#### POSICIONAMIENTO



Presencia estratégica en redes sociales



SEO



Marketing de contenidos



Email marketing

### MARKETING INCLUSIVO Y REPRESENTATIVO

El marketing inclusivo implica crear campañas publicitarias que representen a una amplia gama de personas, considerando factores como la raza, el género, la edad, la capacidad física, la orientación sexual y más. Elementos para elaborar una estrategia:

#### REPRESENTACIÓN AUTÉNTICA

- Muestra de manera genuina un amplio espectro de audiencias.
- Evita el uso de representaciones simbólicas o estereotipadas.



#### CONTENIDO ACCESIBLE

- Incluye subtítulos en los videos.
- Agrega texto alternativo para las imágenes.
- Haz que el contenido sea accesible en distintos dispositivos y con diferentes anchos de banda.



#### COMPETENCIA CULTURAL

- Investiga y comprende los contextos culturales.
- Consulta con expertos culturales cuando sea necesario.
- Evita la apropiación o tergiversación cultural.
- Ten en cuenta los matices y las preferencias de los mercados locales.



### TENDENCIAS EMERGENTES

#### REALIDAD AUMENTADA Y EXPERIENCIAS INMERSIVAS



La AR está creando nuevas oportunidades para atraer y retener clientes a través de la prueba de productos virtualmente o experiencias inmersivas. Esto transforma la forma en que los consumidores interactúan con las marcas.

#### HIPER AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING CON IA



La automatización y personalización en tiempo real, permite crear experiencias únicas y realmente personalizadas segmentando de forma «one to one» y personalizando la oferta a cada cliente y en cada etapa del embudo de compra.

#### VÍDEO INTERACTIVO Y LIVESTREAMING



Las marcas están utilizando el livestreaming para interactuar con su audiencia en tiempo real, lo que incrementa la confianza y las conversiones.

## CONCLUSIÓN

En un entorno donde la digitalización va en aumento y los consumidores son cada vez más exigentes, las estrategias de mercado necesitan evolucionar y ser más humanas. Al ver las oportunidades actuales que la mercadotecnia utiliza, queda claro que la combinación de tecnología, creatividad y sensibilidad es clave para conectar en verdad con los consumidores. Usar la segmentación avanzada, el posicionamiento estratégico y una correcta inclusión no solo permite destacar, sino también construir relaciones auténticas y duraderas con el público.

Las tendencias como la hiperpersonalización, el uso estratégico de redes y la adopción de experiencias inmersivas ayudan a las marcas a tener una comunicación más cercana, relevante y responsable con los consumidores. Adoptar una mirada ética e inclusiva, considerando la diversidad, la accesibilidad y el respeto cultural es necesario para crear propuestas con sentido.

En resumen, el marketing actual nos invita a innovar y escuchar activamente a nuestras audiencias, aprovechando la tecnología sin perder de vista el lado humano de cada interacción.

## REFERENCIAS

Cerdá Group. (2022, 7 julio). 7 estrategias de posicionamiento para tu ecommerce. *Cerdá Group*. <https://blog.cerdagroup.com/estrategias-posicionamiento-ecommerce>

Fuente, O. (2025, 1 abril). *Tendencias de marketing digital más disruptivas para 2025*. Thinking For Innovation. <https://www.iebschool.com/hub/tendencias-marketing-digital/>

*Insights de ecommerce: métricas clave, análisis y tendencias (2025)*. (s. f.). Shopify. <https://www.shopify.com/es/blog/insights-ecommerce>

*¿Qué es el marketing inclusivo? Esto es lo que tienes que saber*. (2025, 4 noviembre). Amazon Ads. <https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/inclusive-marketing#5c>