



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

Comportamiento Del Consumidor

M.A. Minerva Camacho Javier

Alumno: Nayeli Rodríguez García

Agosto 2025 – Febrero 2026

ESTRATEGIA Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

En la actualidad, las estrategias de mercado son esenciales para que las empresas se mantengan competitivas y logren un posicionamiento sólido. El entorno comercial está en constante cambio debido a la tecnología, la digitalización y los nuevos hábitos de consumo, lo que impulsa a las marcas a identificar oportunidades de mercado que les permitan innovar y adaptarse.

Las nuevas oportunidades de segmentación, como la segmentación por comportamiento, la omnicanalidad y el marketing de contenido, facilitan una conexión más directa con el consumidor.

Estrategia oportunidades de mercado



Nuevas oportunidades de segmentación y posicionamiento

Segmentación base en el comportamiento



Marketing de contenido



Segmentación omnicanal



Presencia de las redes sociales



Segmentación por compra



Marketing inclusivo y representativo

Representación auténtica

Muestra de manera genuina un amplio espectro de audiencias en tu contenido.

Garantiza una representación significativa en tus imágenes, historias y mensajes.



Contenido accesible

Incluye subtítulos en los videos.

Agrega texto alternativo para las imágenes.

Asegura un contraste de color legible.



Competencia cultural

Usa un lenguaje sencillo y agradable.

Evita el uso de jerga o vocabulario complejo.



Tendencias emergentes

Comercio Social: Comprar Directamente en Redes Sociales

Las redes sociales están integrando funciones de comercio directo, permitiendo a los usuarios comprar productos sin salir de la plataforma.



Hiper automatización del marketing con IA

A hiperautomatización, gracias a otra de las tendencias como es la inteligencia artificial generativa, está cambiando como enfocamos el marketing.



Video interactivo y livestreaming

El video seguirá siendo el formato rey, pero evolucionará hacia experiencias más interactivas.

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



Para terminar las estrategias y oportunidades de mercado son esenciales para que los emprendedores puedan adaptarse a los cambios, conectarse con los consumidores y lograr un posicionamiento sólido. Hoy en día, el mercado evoluciona rápidamente por la tecnología, las redes sociales y las nuevas tendencias de consumo, por eso es importante innovar y estar atentos a las necesidades del público.

Aplicar estrategias efectivas como la segmentación, el marketing de contenido o el uso de inteligencia artificial permite aprovechar las oportunidades del mercado y fortalecer la competitividad del negocio. En conclusión, identificar oportunidades y adaptar sus estrategias, tienen mayores posibilidades de alcanzar el éxito empresarial y mantenerse vigentes en un entorno cada vez más cambiante.

Datos desacatos

“Detectar a tiempo las tendencias emergentes puede generar un incremento de hasta 50 % en las ventas.

“El marketing inclusivo y sostenible impulsa la lealtad del cliente y mejora la imagen de marca.

Referencias

Rodriguez, D. (2023, 19 de julio). Segmentación del comportamiento en marketing: Guía detallada para maximizar el compromiso del cliente y las conversiones. TecnoSoluciones

[.https://tecnosoluciones.com/segmentacion-del-comportamiento-en-marketing/](https://tecnosoluciones.com/segmentacion-del-comportamiento-en-marketing/)

2. Amazon Ads. (s. f.). Marketing inclusivo: Una guía completa sobre la inclusión en la publicidad y el marketing. Amazon Ads.

<https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/inclusive-marketing#5a>

3. Fuente, O. (2025, 1 de abril). Tendencias de marketing digital más disruptivas para 2025. IEBS Business School.

<https://www.iebschool.com/hub/tendencias-marketing-digital/>