



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

Comportamiento del consumidor

Cuadro de análisis: Productos como extensiones de identidad,
estatus o valores personales.

Elaborado por:
Alexander Chablé Denis

Docente: Minerva Camacho Javier

Ciclo 02/Agosto 2025 – Febrero 2026

Introducción

Esta actividad trata de realizar una infografía la cual lleva diversos temas de los cuales sacaremos información o palabras clave para que una comunicación más fácil, así como el uso de imágenes para una compresión más fácil.

Estrategias y oportunidades

MERCADO

Tendencias digitales,
personalización avanzada,
realidad aumentada,
inteligencia artificial,
blockchain, búsqueda por voz,
segmentación precisa



Las tendencias emergentes como la personalización avanzada, realidad aumentada e inteligencia artificial abren nuevas oportunidades de segmentación y posicionamiento en e-commerce, permitiendo experiencias únicas para los consumidores y ventajas competitivas para las empresas.



Representación diversa, lenguaje inclusivo, accesibilidad, sensibilidad cultural, respeto, participación comunitaria.



El marketing inclusivo plantea representar auténticamente a diversas identidades, usar lenguaje no excluyente, garantizar accesibilidad para personas con discapacidades y respetar diferencias culturales para construir conexiones genuinas con el público.



Realidad aumentada, gamificación, marketing sensorial, diferenciación, interacción del cliente, innovación tecnológica.



El uso de realidad aumentada, gamificación y marketing sensorial permite crear experiencias diferenciadas que captan la atención y mejoran la interacción del consumidor, fomentando la fidelización mediante un enfoque innovador y multisensorial.



Conclusión

Estuve interesante debido a que buscamos información relevante e importante para esta Infografía, así como me aseguré de que fuera lo más entendible posible para los demás, ya que lleva información e imágenes, más de estos estás que son muy importantes actualmente para las marcas y empresas.

Referencias

Ayuso, R. (2024). Emerging trends in digital marketing for e-commerce in 2024.

Universidad de [Nombre]. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9842514.pdf>

Conektica. (2023, septiembre 20). Estrategias de Marketing Inclusivo: Conectando con

diversidad y valores. <https://conektica.com/estrategias-de-marketing-inclusivo-conectando-con-diversidad-y-valores>