

Tendencias globales en la mercadotecnia

Docente: Mrto. En DO Jaser Asahel Galicia Velázquez

Fecha: 3 de marzo de 2023

División Económico Administrativa UTEQ

Programa educativo: TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia Intensivo

Asignatura: Sistema de Investigación de Mercados I

Unidad temática: Inteligencia de mercados

Objetivo: Comprender las técnicas de mercadotecnia y comercialización dentro de la investigación de mercados.



Índice

1. Actividad de repaso
2. Tendencias globales en la mercadotecnia
3. Técnicas de comercialización

2. Tendencias globales en la mercadotecnia



EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS **VENTAS** Y EL **MARKETING**

Era del comercio simple

Era de las ventas

Era del marketing digital



Producción y consumo únicamente para satisfacer las necesidades

Revolución industrial

Era del marketing

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS **VENTAS** Y EL **MARKETING**

Era del comercio simple

Era de las ventas

Era del marketing digital



Producción y consumo únicamente para satisfacer las necesidades

Revolución industrial

Era del marketing

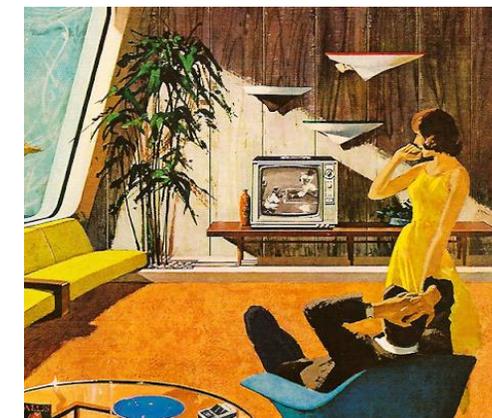
Influenciados por diversos factores

Factores y tendencias en la mercadotecnia

- Cambios demográficos, en valores y estilos de vida
- Debilitamiento de la magia de la publicidad por televisión
- Debilitamiento de la lealtad de marca
- Migración de valor
- La forma en que el consumidor compra

Tendencias en la mercadotecnia

- Cambios demográficos, en valores y estilos de vida.



Tendencias en la mercadotecnia

- Debilitamiento de la magia de la publicidad por televisión



Tendencias en la mercadotecnia

- Debilitamiento de la lealtad de marca



FOREVER 21® Bershka

GUCCI



Tendencias en la mercadotecnia

- Migración de valor



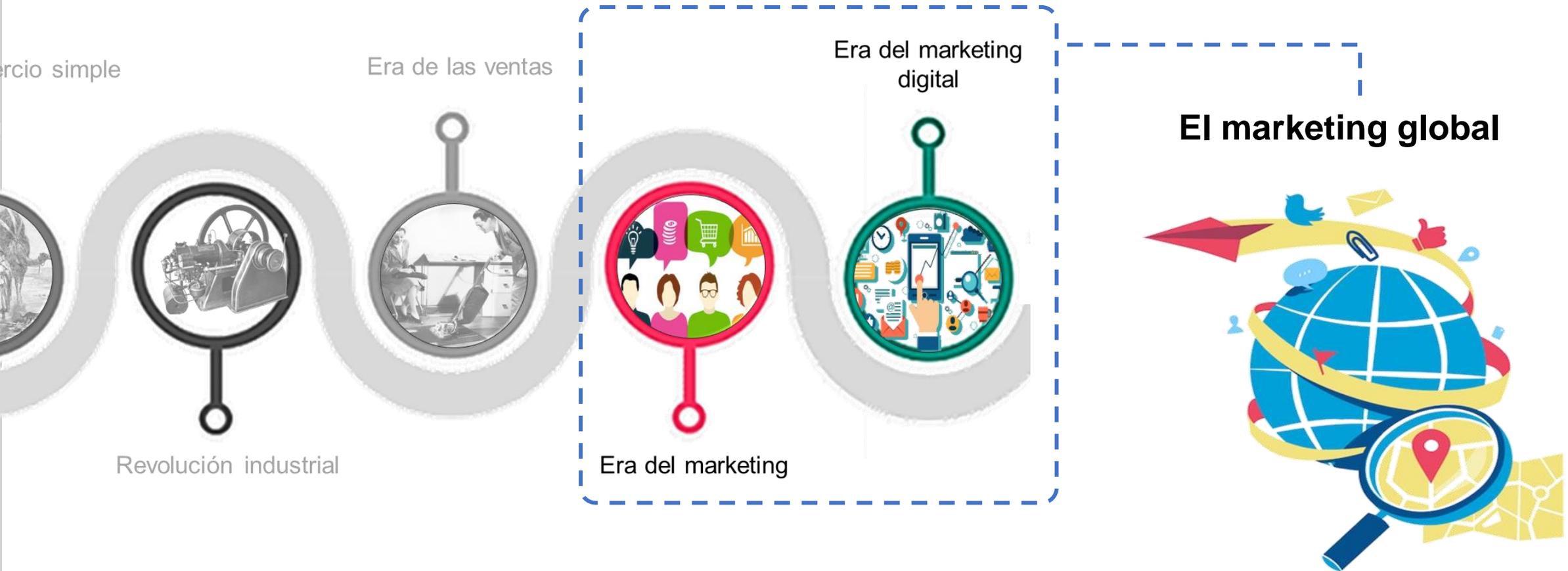
siempre listos,
siempre ahí

Tendencias en la mercadotecnia

- La forma en que el consumidor compra (**The Buyer's Journey**)



EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS VENTAS Y EL MARKETING





Video: El marketing global



Una mirada al marketing global

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2017).

Sistema de comercio internacional



Una mirada en el extranjero comienza por comprender el **sistema de comercio**, lo que implica, entre otras cosas, aquellas **restricciones comerciales** entre naciones:

- Aranceles
- Cuotas
- Barreras comerciales no arancelarias

Fuerzas que apoyan el comercio entre naciones



ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DEL COMERCIO

Al mismo tiempo, ciertas fuerzas apoyan el comercio entre naciones, tal como la Organización Mundial del Comercio (OMC), quienes fomentan la reducción de aranceles y otras barreras comerciales internacionales.

Fuerzas que apoyan el comercio entre naciones



Ciertos países han formado zonas de libre comercio o **comunidades económicas** con el objetivo de trabajar hacia el logro de las metas comunes en la regulación del comercio internacional.

Un claro ejemplo es la **Unión Europea** (UE), formada en 1957.

Otros factores a considerar en el marketing global

Entorno económico

Una compañía internacional debe estudiar la **economía de cada nación**. Según Kotler y Armstrong (2017), hay dos factores que reflejan el atractivo de un país:

- La **estructura industrial**, la cual determina sus necesidades de bienes y servicios, así como sus niveles de ingreso y empleo.
- La **distribución del ingreso del país**, es decir, los diferentes niveles de ingreso de los hogares (bajos, medios y altos).



Otros factores a considerar en el marketing global

Entorno **político legal**

Para decidir si es conveniente hacer negocios o no en un país determinado, una compañía deberá considerar algunos factores como:

- Las **actitudes** hacia las compras de productos extranjeros.
- La **burocracia** gubernamental.
- La estabilidad **política**.
- La regulación **monetaria**.



Otros factores a considerar en el marketing global

Entorno cultural

Al diseñar estrategias de marketing global, las compañías deben entender la forma en que la **cultura** influye en los hábitos de consumo y aceptación de productos y servicios.

Así también, las **normas** y **conductas** de **negocios** varían de un país a otro.





Las nuevas tecnologías para conocer al consumidor

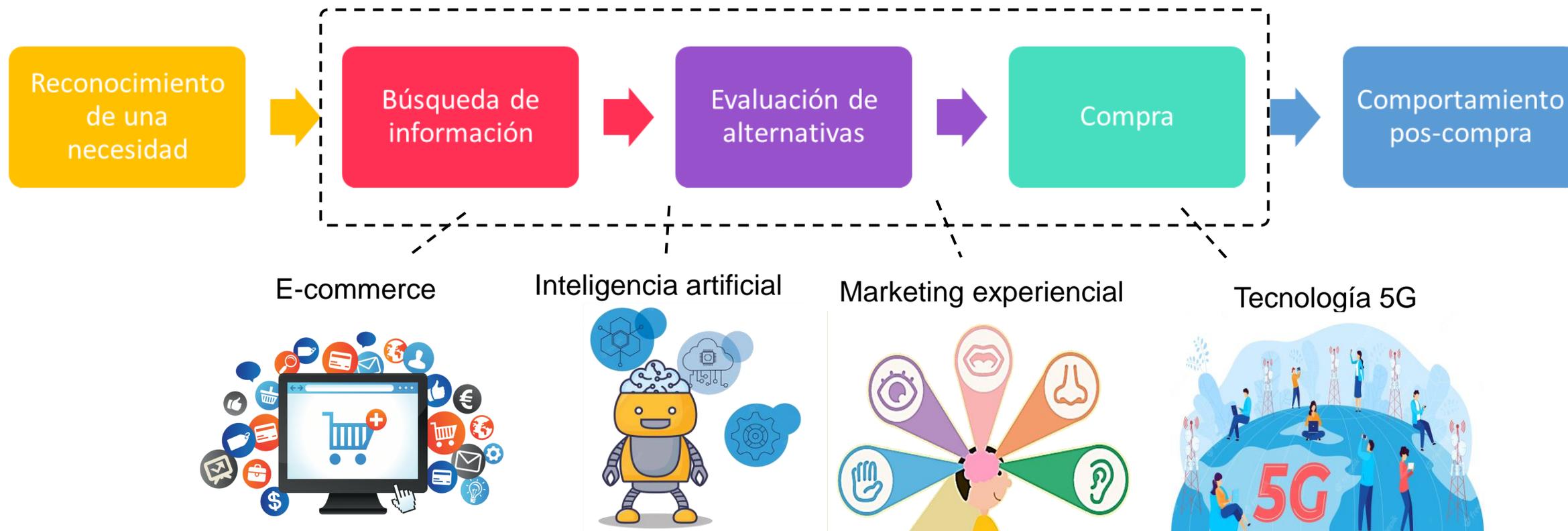
Al entender el **recorrido del comprador**, la empresas están más posibilitadas para utilizar las **herramientas tecnológicas** para acercarse al consumidor.



Fuente: elaboración propia con base en Hubspot Academy (2021).

Al entender el **recorrido del comprador**, la empresas están más posibilitadas para utilizar las **herramientas tecnológicas** para acercarse al consumidor.

Herramientas tecnológicas



Fuente: elaboración propia con base en Hubspot Academy (2021).

E-commerce



El comercio electrónico (**e-commerce**) es la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de internet (IEP, 2019).

Con estas herramientas, las empresas permiten a los usuarios acceder a sus productos y servicios durante las 24 horas del día.

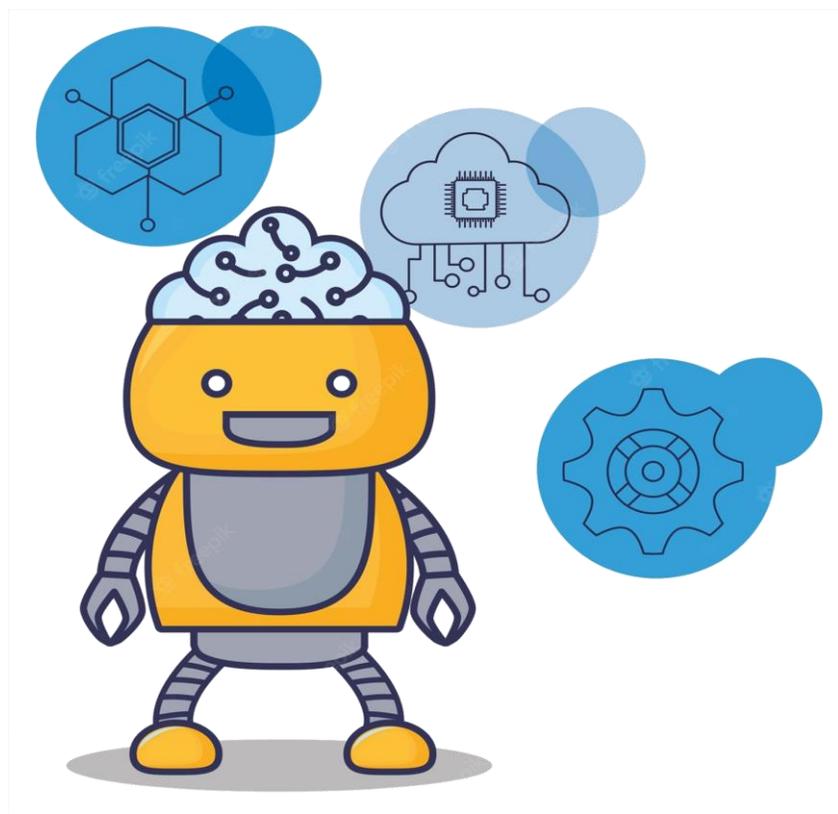
E-commerce

El **e-commerce** tiene varias clasificaciones dependiendo del destinatario al que va dirigido:

- B2C (Business to Consumer).
- B2B (Business to Business).
- C2C (Consumer to Consumer).
- C2B (Consumer to Business).



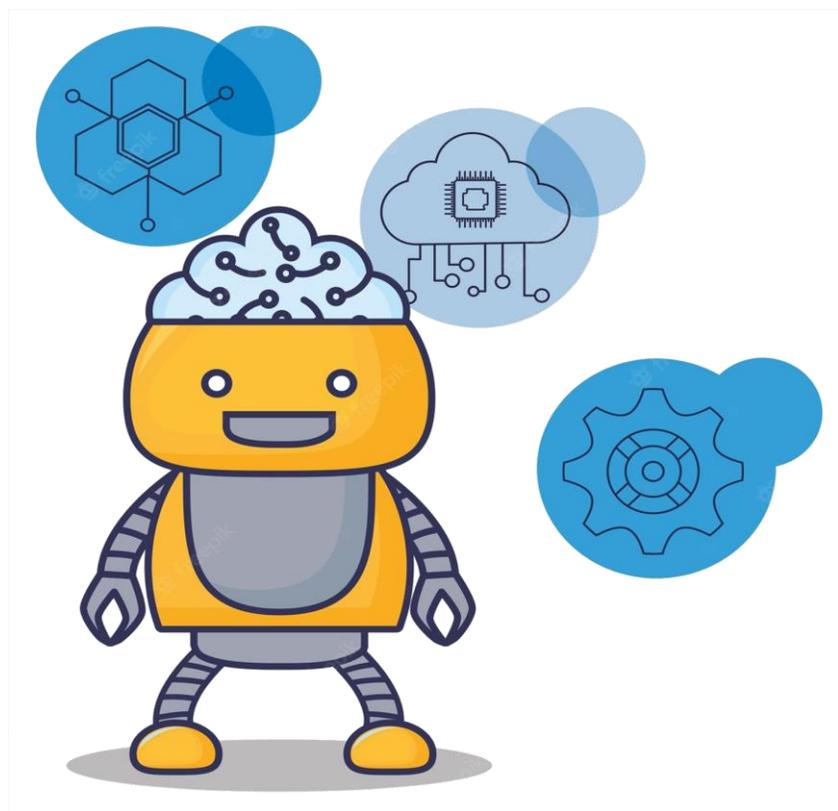
Inteligencia Artificial (AI)



La **Inteligencia Artificial (AI)** es el campo científico de la informática que se centra en la creación de programas y mecanismos que pueden mostrar comportamientos considerados inteligentes.

Un sistema de AI es capaz de **analizar datos** en grandes cantidades (Big Data), identificar **patrones** y **tendencias** y, por lo tanto, formular **predicciones** de forma automática, con rapidez y precisión (NETEC, 2019).

Inteligencia Artificial (AI)



Ejemplos de AI:

- Los asistentes de voz
- Los smartphones
- La robótica en la vida cotidiana: las casas inteligentes
- El monitoreo de las redes sociales
- GPS y sistemas de geolocalización en el coche
- Comprar por Internet: el caso del E-commerce
- Ciberseguridad en la oficina

Marketing experiencial



El marketing experiencial es la estrategia de **crear experiencias** para conseguir llegar al cliente de forma **creativa** y **memorable** mientras se consigue crear vínculos emocionales entre consumidores y marcas.

Al establecer una estrategia de marketing experiencial se deben tener en cuenta elementos clave como:

- La creatividad.
- Involucrar los 5 sentidos tanto como sea posible.
- Elegir el lugar, tanto físico como digital, en el que implantará la estrategia.

Tecnología 5G



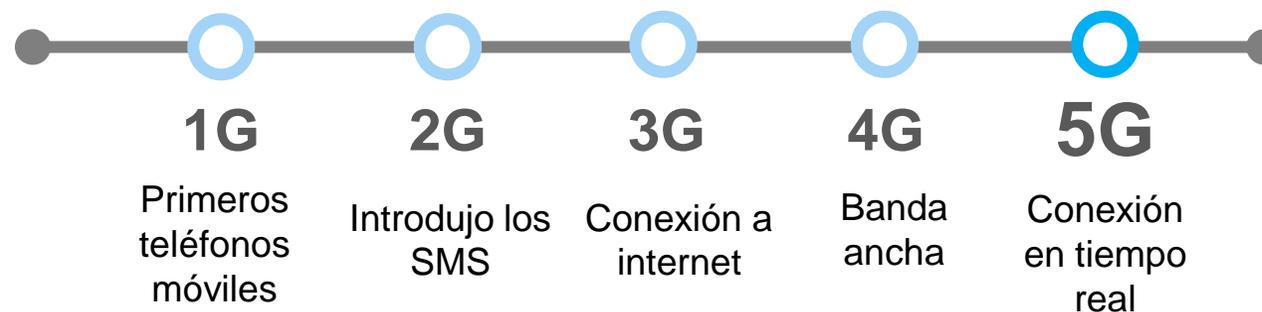
La denominación de 5G se refiere a la **quinta generación de redes móviles** que conocemos.

Entre otras ventajas, la tecnología 5G permitirá **navegar** hasta a 10GBps (gigabytes por segundo), **10 veces más rápido** que las principales ofertas de fibra óptica del mercado.

Tecnología 5G



Esta tecnología permite aumentar exponencialmente el número de dispositivos conectados. Vehículos, robots industriales, mobiliario urbano (badenes, calzada, paradas de autobús) o cualquier dispositivo electrónico que tengamos en casa (desde la alarma, la lavadora, la nevera o el robot aspirador) podrán conectarse y compartir información en tiempo real (NATGEO, 2022).





3. Técnicas de comercialización

Técnicas de comercialización

1. Lectura del artículo “Estrategias y Técnicas de Comercialización”
 - a) Identificar las características de las estrategias competitivas y las estrategias de crecimiento.
 - b) Comprender las herramientas para impulsar el crecimiento de las organizaciones:
 - Penetración de mercado
 - Desarrollo de mercado
 - Desarrollo de producto
 - Diversificación
 - Integración

2. Lectura del capítulo 6 del libro “Tendencias de innovación en la Ingeniería de Alimentos”, donde podrás identificar
 - Estrategias de comercialización
 - Factores que determinan una estrategia de comercialización
 - Canales de distribución



Referencias

- Hubspot Academy (2021). Ventas Inbound. ¿Por qué implementar una estrategia de ventas inbound?
- Instituto Europeo de Posgrado (2019). ¿Qué es un Ecommerce? Recuperado el 1 de marzo de 2023 de <https://www.iep.edu.es/que-es-el-ecommerce/>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). Fundamentos de Marketing. México: Pearson.
- National Geográfico (2022). ¿Qué es el 5G y cómo nos cambiará la vida? Recuperado el 9 de marzo de 2023 de https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/que-es-5g-y-como-nos-cambiara-vida_14449
- NETEC (2019). ¿Qué es Inteligencia Artificial? Software y usos. Recuperado el 28 de febrero de 2023 de <https://www.netec.com/post/que-es-inteligencia-artificial-software-y-usos>
- Pérez, L. (2021). ¿Qué es el marketing experiencial? Recuperado el 1 de marzo de 2023 de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/que-es-marketing-experiencial>
- Summa, R. (2016). Estrategia y Técnicas de Comercialización.
- Vázquez, E. (2015). Estrategias de comercialización. Tendencias de Innovación en la Ingeniería de Alimentos. 1ª ed. OmniaScience.