

Carlos
Jiménez

Oportunidades derivadas
de las

TENDENCIAS DEL MERCADO
2025

TENDENCIAS DEL MERCADO 2025



Los consumidores buscan conexiones auténticas y multisensoriales priorizando experiencias sociales y emocionales frente al exceso de digitalización.



Aunque la proporción de compras realizadas en redes sociales es baja, su influencia es determinante en las decisiones de compra y tendencias.



Aunque las redes prosperan, enfrentan desconfianza por el manejo de los datos personales y la veracidad de los contenidos (fake news, AI), por ahora, los beneficios van ganando la batalla frente a la desconfianza absoluta.



Los consumidores están adoptando cada vez más las compras online debido a su conveniencia: ahorro de tiempo, posibilidad de comparar precios con facilidad, acceso a variedad de productos y horarios 24/7.



Los consumidores están obteniendo lo que necesitan y desean, apoyándose en modalidades de financiamiento no bancarias (tiendas y apps) de una forma flexible y sin intereses.

OPORTUNIDADES DE MERCADO

Alimentos fáciles de preparar, bebidas y snacks, productos naturales y sostenibles, actividades de entretenimiento y socialización (Spas y clases al aire libre, turismo de aventura, scape rooms, teatros y conciertos)



Marcas auténticas, experiencias que estimulen los sentidos como degustaciones y talleres vivenciales, marketing sensorial, patrocinio y participación en eventos y festivales

Ropa y calzado, productos electrónicos, belleza y fragancias, muebles y decoración, gastronomía, productos trendy, tiendas de descuento, actividades de entretenimiento (eventos, etc), educación e info-productos



eCommerce (social commerce y comercio conversacional), empaques llamativos, colaboración con influencers, publicidad digital, estrategias omnicanales

Productos sostenibles, productos locales y artesanales, control parental, educación, seguridad informática, analítica de datos, Empresas B



Estrategia de atención automatizada vs, atención humana, protección de datos de los clientes posicionar a la marca como un actor confiable, educación al cliente y empleados, etiquetados claros y trazabilidad

eCommerce, marketplaces verticales, ropa y calzado, electrónicos, víveres y alimentos listos para consumir, autopartes, mascotas, empresas de logística y envíos, desarrolladoras de plataformas, análisis de datos



Comunicaciones sincrónicas de apoyo a las ventas, publicidad digital, email marketing, herramientas de búsqueda y comparación

Comercio minorista, eCommerce, servicios de salud y seguros, educación, electrónicos, electrodomésticos, muebles y decoración, viajes y turismo, bancos



Ofrecer financiamiento, integrar sistemas de eCommerce y ERP con soluciones BNPL, educación al cliente

OPORTUNIDADES DE MEJORA