Publicado en San Pedro Garza García, Nuevo León el 28/04/2023

# [Brindan guía para la mercadotecnia del futuro](http://www.notasdeprensa.es)

## Estudiantes de la Universidad de Monterrey establecen serie de pasos que permiten a las marcas innovar y diseñar experiencias para los usuarios en el metaverso

 Actualmente, las personas no solo adquieren productos o servicios que faciliten el día a día. En vez, desean toda una experiencia que eduque, entretenga y conecte con sus estilos de vida. Pero en un entorno de acelerados cambios tecnológicos, ¿cómo pueden las empresas mantenerse al corriente e incursionar en las nuevas plataformas? Una respuesta a esta interrogante es la que brindan Ana Guadalupe González Bustamante, Andrea Lecea González, Marian García Cruz y Montserrat González Ruiz, estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia y Estrategia Creativa de la Universidad de Monterrey. Específicamente, plantearon 12 pasos que las empresas podrán aprovechar para entrar en el metaverso sin perder la esencia de las marcas y conectando con los usuarios.  Titularon a este trabajo "Experiential Marketing: Building the future of advertising through immersive experiences within the Metaverse", y lo desarrollaron como Proyecto de Evaluación Final para egresar en el semestre Otoño 2022.  Las estudiantes utilizaron el modelo de la Economía de la Experiencia, el cual considera diversos elementos adquiridos por el consumidor a través de la experiencia inmersiva: el aprendizaje obtenido, el factor de entretenimiento, el aspecto estético o placentero para los sentidos, así como el aspecto de escape implícito al involucrarse en una experiencia dentro del metaverso.  "Detectamos la incertidumbre de las empresas: no sabían por dónde empezar o si sería rentable incursionar en el metaverso, por eso también nos dimos a la tarea de entrevistar a expertos en la web 3.0 y en marketing, y comparamos las respuestas para ver cómo se complementaban", explica Marian. Al analizar todo este input, trasladaron los datos a las demandas del mundo actual, llegando así a los mencionados 12 pasos que facilitan la incorporación del metaverso a la estrategia experiencial que pueden ofrecer las empresas. "El primero de los 12 pasos es la educación sobre el tema, es decir, conocer sobre lo que conlleva la experiencia inmersiva del metaverso. El resto de los pasos tienen que ver con dos aspectos fundamentales: enfocarnos en la identidad de la marca, analizando también lo que hace la competencia y lo que quiere tu cliente", complementa Ana Guadalupe. "Después, es analizar los comportamientos del cliente en el metaverso: qué quiere ver, cuánto tiempo pasa ahí, por qué entra al metaverso, ¿es porque juega un videojuego o lo hace por socializar? En base a esto terminamos con el plan de cómo vas a incursionar en el metaverso, en qué segmento te vas a enfocar y cómo te aseguras de mantener tu esencia de marca". El proyecto de las estudiantes está en línea con la mercadotecnia del futuro, apunta Agarzelim Alvarez Milán, asesora del trabajo. "Abordaron un tema muy nuevo en la disciplina y que potencialmente incidirá en la forma de hacer mercadotecnia en el futuro: el metaverso", apunta. Emma Garza Alanís, directora del programa académico del que egresaron las estudiantes,  añade: "los egresados (de esta Licenciatura) desarrollan una interdisciplinariedad que les permite brindar soluciones creativas con la visión de diversas áreas de conocimiento de negocios digitales", dice.

**Datos de contacto:**

Guadalupe Carranza

8115542253

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/brindan-guia-para-la-mercadotecnia-del-futuro\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing Nuevo León Universidades Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)