



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO: CLM

Comportamiento del consumidor

DOCENTE

Minerva Camacho Javier

C0100003

Febrero – agosto 2025

INTRODUCCIÓN

En este cuadro comparativo veremos cómo los influencer y los microinfluencer tienen y juegan un papel en la persuasión y construcción de identidad de una marca o empresa, utilizando las redes sociales y otras plataformas digitales como medio difusión de productos y servicios.

El objetivo del cuadro comparativo de este tema es analizar las ventajas y las desventajas que puede tener el trabajar con los creadores de contenido para las marcas y sus productos, analizar los objetivos que los influencers y los microinfluenser tienen para las empresas y al final hacer una reflexión acerca de si vale la pena utilizar estos métodos para el crecimiento y desarrollo de las marcas y empresas para tener más visibilidad y aumentar sus demandas.

PAPEL DEL INFLUENCERS Y MICROINFLUENCERS EN LA PERSUASIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE MARCA

	OBJETIVO	VENTAJA	DESVENTAJA
Papel del Influencers y Microinfluencers en la persuasión y construcción de identidad de marca	<ol style="list-style-type: none">1. Aumentar la notoriedad de la marca.2. Aumentar el tráfico a tu página web3. Aumentar las ventas.	<p>1. Colaboraciones sin necesidad de pagar directamente: En muchas ocasiones, no es necesario desembolsar dinero; en su lugar, se pueden llegar a acuerdos de intercambio, donde los <i>influencers</i> reciben productos a cambio de menciones o publicaciones.</p> <p>2. Acceso a nichos específicos: Al elegir al <i>influencer</i> adecuado, las marcas pueden conectar con audiencias muy específicas que comparten sus valores y estilo.</p> <p>3. Credibilidad y confianza: Al elegir al <i>influencer</i> adecuado, las marcas pueden conectar con audiencias muy específicas que comparten sus valores y estilo.</p>	<p>1. Riesgo reputacional: Si el <i>influencer</i> se ve envuelto en un escándalo o hace comentarios inapropiados, los consumidores pueden asociar esos actos con la marca.</p> <p>2. Control limitado sobre el mensaje: La mayoría de los <i>influencers</i> prefieren transmitir su mensaje de acuerdo con su estilo y creatividad.</p> <p>3. Dependencia de plataformas: El marketing de influencers depende en gran medida de plataformas específicas, como Instagram o TikTok, que pueden cambiar sus algoritmos o políticas sin previo aviso.</p>

CONCLUSIÓN

Como conclusión, trabajar con influencers y con microinfluencer puede ser algo que ayude a las empresas y marcas que buscan ser mas conocidos, atraer más público y aumentar sus ganancias, sin embargo algo muy importante a tomar en cuenta es que se debe elegir muy bien al tipo de influencer, microinfluencer o creador de contenido para poder asegurar el aumento de visitas a sus sitios de ventas, resulta algo muy práctico, ya que ambos pueden obtener algo a cambio, el creador de contenido una muestra gratis de algún producto y la marca o empresa obtiene mas ventas.

REFERENCIAS

Diez. (s. f.). Marketing de influencers: 5 ventajas y desventajas que marcan la diferencia. Diez. Recuperado el 13 de septiembre de 2025, de <https://diez.com.co/blog/marketing-de-influencers-ventajas-desventajas/>

Diez. (s. f.). Marketing de influencers: 5 ventajas y desventajas que marcan la diferencia. Diez. Recuperado el 13 de septiembre de 2025, de <https://diez.com.co/blog/marketing-de-influencers-ventajas-desventajas/>