

3 predicciones para tener en el radar del ‘*experiential marketing*’ durante 2025

Ciudad de México, 9 de enero de 2025. – El *experiential marketing* o marketing de experiencias en 2025 tendrá uno de los años más apasionantes y transformadores. Con el aumento de asistentes a todo tipo de eventos y un enfoque renovado, el próximo año se presentará como una gran oportunidad para las agencias, marcas y empresas para generar grandes impactos en posibles clientes, e incluso en las personas que buscan nuevas experiencias.

Natalia Sánchez, Business Development Director en ***another***, agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de servicios en América Latina, comparte tres tendencias en la industria del *experiential marketing* para tener en cuenta para 2025.

1. Micro-eventos: pequeñas experiencias, grandes conexiones

En un mundo donde los grandes eventos suelen saturar, los micro-eventos están ganando terreno. Estas experiencias íntimas generan conexiones más profundas y auténticas. Según el informe [Marketing Trends 2025](#), un 78% de los organizadores de eventos espera un incremento en reuniones pequeñas y medianas. ¿Por qué? Porque estas interacciones personalizadas son clave para destacar durante las fiestas.

2. Prepárate para más presupuestos

Según una investigación de [Event Marketer](#) cerca del 74% de los especialistas en marketing planean aumentar sus presupuestos para experiencias el próximo año, mientras que el 56% de los asistentes esperan unirse a más eventos en comparación con este 2024.

3. Eventos sostenibles y más verdes

La sostenibilidad y el cuidado al medio ambiente no es una moda, es una necesidad en el mercado del *experiential marketing*, y 2025 no será la excepción. Una de las prioridades y exigencias será la activación de encuentros ecológicos, o donde las marcas muestren productos y/o servicios con materias sostenibles y la minimización de residuos e incluso transparencia en las políticas de abastecimiento de materiales más sanos para el medio ambiente.