

CAPÍTULO 5

LA MERCADOTECNIA EN LOS TRANSPORTES PUBLICOS EN MEXICO



<https://doi.org/10.22533/at.ed.217112515045>

Data de aceite: 06/08/2025

Ángel Francisco Velázquez Rodríguez

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

<https://orcid.org/0009-0006-8719-0645>

Rocío Enríquez Corona

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

<https://orcid.org/0009-0000-9311-1495>

Myriam González Guerrero

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

<https://orcid.org/0009-0005-7332-3753>

Héctor Rogelio Olivares Galván

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

<https://orcid.org/0000-0002-1114-3512>

Irma Jiménez Ortega

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

María de los Ángeles García Oviedo

Universidad Veracruzana

Veracruz - México

problemas de infraestructura y cobertura. Metrópolis como la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey han desarrollado sistemas relativamente modernos, pero la mayoría de las zonas urbanas y rurales del país carecen de servicios eficientes y seguros. La publicidad en los transportes públicos ha sido una forma popular durante décadas y la razón es que los usuarios de transporte público son un grupo demográfico diverso y amplio que se mueve por toda la ciudad, eso les da una gran exposición a los anuncios publicitarios.

Las campañas publicitarias en autobuses son una forma popular de publicidad en el transporte público. Los anuncios se colocan en los laterales y la parte trasera del autobús. De esta manera aseguramos una exposición constante durante todo el día. Además, estos anuncios suelen ser muy coloridos y llamativos. Esto los hace destacar entre el tráfico y capturar la atención del público.

Estas vallas suelen ser de gran formato, y se colocan en lugares estratégicos dentro de las estaciones de metro para garantizar la máxima exposición al público y algo muy conveniente que muchos de estos anuncios se pueden cambiar con frecuencia, lo que permite a los anunciantes mantener la frescura y relevancia de su publicidad.

Resumen: El transporte público en México, compuesto principalmente por autobuses, metro, metrobús y tren ligero, enfrenta

Palabras Clave: Mercadotecnia, Publicidad, Trasportes Públicos,

INTRODUCCIÓN

Los Servicios de Transporte tienen la particularidad de ofrecer un servicio innovador, el cual, cada vez son más las personas interesadas en hacer uso de él. Esto ha abierto la oportunidad a muchos de incursionar en este mundo, por lo que, el impacto dentro de este nicho debe ser considerable. La forma más acertada de tener un muy buen impacto en este nicho es por medio de un Plan de Marketing. De esta forma, podrás promocionar tu empresa de servicios de transporte de una forma mucho más eficaz, obteniendo así un mayor número de clientes interesados en tu servicio.

Para que estas estrategias tengan éxito, debes diseñar un contenido informativo de tu servicio, el mismo deberá ser original y atractivo, que por sí solo puedas destacar sobre la competencia. La publicidad en transportes públicos es toda aquella publicidad que se realiza tanto en el interior como en el exterior de los transportes públicos como, por ejemplo: autobuses, metro, trenes, taxis, entre otros. Dentro de este tipo de publicidad, el más común y notoria en México es la publicidad en los autobuses. (COMUNICARE, 2024)

La publicidad en transporte público es considerada una de las mejores opciones que una empresa puede tomar a la hora de promover su marca. Debido a que, con estos medios de transporte, la empresa conseguirá visibilidad de manera rápida haciendo que clientes potenciales se interesen por los productos y servicios de la misma. (COMUNICARE, 2024)

LA MERCADOTECNIA A TRAVÉS DE LOS TRANSPORTES

La publicidad exterior en estrategia de medios para las marcas es una forma poderosa de llegar a un público amplio y diverso, y en México, la publicidad en camiones de transporte público se ha convertido en una estrategia clave para el éxito de muchas empresas, por lo que se pueden ver los beneficios de acuerdo al siguiente numeral:

Alto Impacto:

Los camiones de transporte público circulan por las calles de las ciudades más importantes de México, lo que significa que tu anuncio tendrá una gran visibilidad y alcance. Se estima que un solo camión puede llegar a más de 100,000 personas por día.

Segmentación Eficaz:

Puedes elegir rutas específicas para que tu anuncio llegue a tu **público objetivo**. Por ejemplo, si tu negocio se encuentra en una zona específica de la ciudad, puedes elegir rutas que pasen por esa zona.

Creatividad sin Límites:

La publicidad en camiones te permite utilizar formatos llamativos y creativos para captar la atención de tu público. Puedes usar imágenes, videos, animaciones e incluso realidad aumentada para crear una experiencia memorable.

Rentabilidad:

La publicidad en camiones es una opción económica en comparación con otros medios de publicidad como la televisión o la radio. Además, es una inversión que puede generar un alto retorno, ya que te permite llegar a un gran número de personas por un costo relativamente bajo.

Medición de Resultados:

Es posible medir el impacto de tu campaña de publicidad en camiones para determinar si está funcionando correctamente. Puedes realizar encuestas, monitorear las redes sociales o utilizar herramientas de análisis de datos para obtener información sobre el alcance de tu anuncio y la respuesta del público. (Publicidad Estratégica, 2024)

La mercadotecnia en los transportes públicos de México es un tema relevante, ya que el país cuenta con una gran cantidad de usuarios de transporte público. Algunos aspectos importantes sobre la mercadotecnia en los transportes públicos de México son:

OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA EN TRANSPORTES PÚBLICOS

- Aumentar la demanda: Atraer a más usuarios al transporte público.
- Mejorar la experiencia del usuario: Ofrecer un servicio de alta calidad y satisfacción.
- Incrementar la lealtad: Fomentar la fidelidad de los usuarios hacia el transporte público.
- Generar ingresos: Aumentar los ingresos a través de la publicidad y la venta de servicios adicionales.

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN TRANSPORTES PÚBLICOS

1. Publicidad en estaciones y vehículos: Colocar anuncios en estaciones de transporte público y en los propios vehículos.
2. Promociones y descuentos: Ofrecer promociones y descuentos para atraer a nuevos usuarios y fomentar la lealtad.
3. Servicios adicionales: Ofrecer servicios adicionales, como Wi-Fi gratuitos o cargadores de teléfonos móviles.

4. Aplicaciones móviles: Desarrollar aplicaciones móviles para facilitar la planificación de viajes y el pago de tarifas.

5. Redes sociales: Utilizar las redes sociales para promocionar el transporte público e interactuar con los usuarios.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

1. Infraestructura: La infraestructura del transporte público en México es limitada en algunas áreas, lo que puede afectar la calidad del servicio.

2. Seguridad: La seguridad es un tema importante en el transporte público en México, y es necesario implementar medidas para garantizar la seguridad de los usuarios.

3. Tecnología: La tecnología puede ser una herramienta importante para mejorar la eficiencia y la calidad del transporte público en México.

4. Colaboración: La colaboración entre los diferentes actores del transporte público en México es fundamental para mejorar la calidad del servicio y aumentar la eficiencia.

La mercadotecnia en los transportes públicos de México es crucial para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la demanda.

- Cuando la publicidad es bien administrada, supera a otros soportes de exterior y al resto de los medios caracterizándose por ser flexible en su implementación y rentable a su operación.
- Facilidad de segmentación por las zonas que recorre cada ruta.
- Por sus dimensiones espectaculares, permite interactuar a su marca con peatones, conductores y usuarios durante varias horas del día.
- Por la cantidad de impactos y el costo de la inversión, la publicidad en camiones urbanos es uno de los medios más rentables en el mercado. (GTPublicidad, 2016)

Grupos de ambientalistas y usuarios del transporte público en la Ciudad de México exigieron a la Secretaría de Movilidad retirar los anuncios ilegales colocados en más de 2 mil microbuses y autobuses, principalmente de la empresa 5M2.

Prácticamente en todas las rutas hay contaminación visual, por la publicidad que invade el transporte público, sin que se realicen operativos para retirarlas, afirmó Gloria Mendoza, ambientalista y representante de la asociación Rescatando el Paisaje Urbano. (La Jornada, 2024)

Usuarios de transporte manifestaron que la invasión de publicidad en el transporte público no sólo ocasiona contaminación visual, sino también aumenta el estrés, irritabilidad y accidentes viales por distracción. Además, esa publicidad no cumple con lo que señala el artículo 157 de la Ley de Movilidad de que deberá ser recicitable, fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medioambiente", indicó. (La Jornada, 2024)

El marketing urbano es una de las estrategias con que ciudades o países generan valor con la experiencia que ofrecen a los habitantes en estos lugares. Ejecutar una estrategia de marketing urbano nos lleva a pensar en una serie de recursos que deben de ser aplicados en función de mejorar la experiencia que viven los habitantes de una ciudad, en función de abonar a la percepción que se tiene sobre la imagen de estas compañías. Este tipo de estrategias nos hacen observar la experiencia que se busca ofrecer en servicios como el transporte público, clave en la experiencia urbana. (Merca2.0, 2016)

Cifras del INEGI descubren que sistemas de transporte masivo como el Metrobús logran transportar el mayor número de pasajeros en ciudades como la de México, seguidas por entidades como Guadalajara o Monterrey. La eficiencia en transporte público abona sin lugar a dudas en la calidad de vida dentro de una ciudad, lo que se convierte en un medidor indispensable para los gobiernos, al impactar de manera determinante en la percepción que se tiene de estos destinos. (Merca2.0, 2016)

(Merca2.0, 2016) Tal como funciona en una marca o compañía, la comunicación de valores también se puede hacer a través de servicios públicos como el transporte, donde encontramos que este tipo de servicio recurre a modelos sustentables como estrategia para empatar con tendencias en que el consumo prefiere y genera empatía con valores en los que se promueve un menor impacto ambiental.

Con ello, el transporte no solo concentra este tipo de estrategias, también vemos una preocupación de las ciudades por su estrategia de marketing al implementar tecnologías en donde vemos un interés por la limpieza del aire con filtros que convierten la polución en accesorios de joyería, haciendo que la creatividad estratégica ocupe mayor espacio dentro de los planes con que cuentan las ciudades. (Merca2.0, 2016)

En primer lugar, debes saber que, los transportes públicos te permiten llegar a una mayor audiencia, es decir, conseguir mayor alcance gracias a que el mensaje se encuentra en constante movimiento por diferentes trayectos con una impresión de alta calidad que le permite resaltar de manera llamativa y creatividad. (COMUNICARE, 2024)

Los transportes públicos dentro de la publicidad se consideran vallas publicitarias en movimiento. Existe una amplia variedad de rutas que permite crear el plan perfecto que se acomode a las necesidades de la empresa seleccionando los trayectos que son transitados por el público objetivo previamente establecido y definido sabiendo así en sus actividades diarias. (COMUNICARE, 2024).

LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA PUBLICIDAD EN LOS TRANSPORTES PÚBLICOS

Los transportes públicos como medio publicitario ofrecen diferentes ventajas para las empresas, los cuales hacen que se considere una buena oportunidad para invertir en este tipo de publicidad. Entre las ventajas que más destacan se encuentran las siguientes:

- **Segmentación:** sabiendo el público objetivo al que te diriges y su localización, puedes realizar diferentes rutas para conseguir mayor alcance.
- **Tamaño del anuncio publicitario:** otra de las ventajas que ofrece es que alcanza dimensiones espectaculares que llaman la atención del público.
- **Movilidad:** el transporte público se convierte en una valla publicitaria en movimiento.
- **Inversión:** sabiendo el alcance e impactos que se van a conseguir con este tipo de publicidad, se considera no costosa.

Cabe destacar la importancia que poseen los autobuses urbanos debido a que forman parte del día a día de cualquier ciudad. Y, son generalmente muy notorios ya sea como usuarios, peatones u ocupantes de otros vehículos los vemos a menudo en circulación. (COMUNICARE, 2024)

Los autobuses urbanos realizan diferentes trayectos dentro de las ciudades. Y, debido a sus pausas en las paradas de bus o en los semáforos hacen que se preste mayor atención a la publicidad que se encuentra en sus laterales o partes traseras.

De gran medida es que dependiendo del público al que quiera llegar la empresa, esta puede elegir la línea de autobús que más le conviene según el recorrido del autobús. (COMUNICARE, 2024)

Por ejemplo, si se dirige a un público joven querrá ubicar su mensaje en los autobuses que conectan a la ciudad con la zona universitaria. Debido a que, de esta manera, hay mayor probabilidad de que alcance a un mayor número de personas que pertenezcan a tu público objetivo.

CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD EN LOS TRANSPORTES PÚBLICOS

- El uso del transporte público como publicidad puede llevar al desarrollo y la manifestación de una gran creatividad dependiendo de las necesidades de la empresa y el mensaje que se quiera transmitir.
- El mensaje que se quiera difundir en un autobús tiene que cumplir con ciertos requisitos para conseguir alcanzar a llamar la atención y captar el interés del público. Para ello debe ser: corto, claro y fácilmente legible.
- Asimismo, es importante que sea original en cuanto a su presentación, debido a que, de esta manera conseguirá mayor impacto y tendrá mayor alcance. Incluso, esta publicidad puede ser viral gracias a las fotografías o videos que comparten en redes sociales aquellos que lo vean como ha sucedido en más de una ocasión.

La publicidad en los transportes públicos ofrece es una gran oportunidad de éxito dentro de la publicidad, sobre todo el uso de los autobuses como vallas publicitarias. Este tipo de vehículos posibilitan una publicidad visual y atractiva. Es por ello que, muchas empresas de cine y series recurren a ella con frecuencia para darle publicidad y promocionar sus lanzamientos. (COMUNICARE, 2024)

Un ejemplo a destacar es Netflix, una empresa conocida por su marketing innovador. Esta empresa usa la publicidad en los buses urbanos para popularizar los contenidos audiovisuales de su plataforma. (COMUNICARE, 2024)

La importancia de la publicidad en los públicos recae en que es considerada una herramienta muy útil para promocionar los servicios o productos de una empresa. Gracias a estas vallas publicitarias la empresa consigue un gran alcance entre su público objetivo y notoriedad dentro del sector en el que se encuentra. Para ello es mejor acudir a una buena agencia de marketing y publicidad. Crear y establecer una buena estrategia de publicidad en los transportes públicos y apostar por un diseño creativo que sorprenda al público objetivo. El servicio de transporte público cuenta con una amplia y compleja red de infraestructura que surge de la creciente necesidad de la población de trasladarse hacia sus destinos ya sea de trabajo, escuela, salud, diversión, entre otros; es decir, propician el desarrollo económico de las regiones.

(González Quiroga, Segura Pérez, & Wulfrano, 2023) De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad se sabe que más de 2/3 de los 22 millones de viajes diarios en la Ciudad de México se realizan en transporte público con 14.8 millones de usuarios que demandan un servicio de calidad. Este tipo de publicidad es considerado en uno de los medios más antiguos que existe. Es destacada por su gran capacidad de información que puede atraer e impactar, además es una herramienta que persuade a miles de personas diariamente.

Las campañas de publicidad logran con este formato un alcance muy alto, apenas superado por la tele. Además, se pueden utilizar sobre diversos elementos (motos, coches, camiones, aviones, metros y, por supuesto, autobuses). En los últimos años, la publicidad exterior en autobuses ha adquirido una especial relevancia por el alto impacto visual que tiene y por la amplia difusión que logra. (Publibus, 2021)

Uno de los beneficios de los transportes masivos es que se garantiza por todas las personas que se suban ya que cuentan con imágenes llamativas, y muchas de las empresas que se dedican a llevar la publicidad tienen experiencia garantizada.

Donde la influencia de la publicidad exterior es mayor, cuanto más se vean los anuncios de una campaña circulando por las calles, más se adentrará en los hábitos de consumo de la población. La mayoría de gente prefiere aquellos productos o servicios de los que ha recibido un mensaje publicitario continuo.

CONCLUSIONES

La publicidad exterior en autobuses es una de las formas más rentables de hacer publicidad. Consiste en utilizar los autobuses como formatos para colocar anuncios. Estos circulan por sus rutas, a la vista de los transeúntes, llevando el anuncio por donde va. Tiene un altísimo impacto, ya que el mensaje puede ser absorbido por una gran cantidad de gente.

Siendo que el fin primordial de la publicidad es captar la atención y persuadir, una buena manera de hacerlo que plasmando imágenes de gran tamaño en autobuses urbanos. Estos vehículos se convierten en escaparates móviles exclusivos para el anuncio. Las campañas de publicidad, al utilizar este formato, están potenciando el impacto en la población. La publicidad en el transporte público puede ser una forma muy efectiva de llegar a una audiencia masiva y aumentar la conciencia de la marca o producto. Desde campañas publicitarias en autobuses y vallas publicitarias en el metro hasta anuncios en aeropuertos, hay muchas formas de aprovechar la publicidad en el transporte público para alcanzar los objetivos de marketing.

REFERENCIAS

Bankatres. (01 de Abril de 2023). Obtenido de Publicidad en transportes públicos: <https://www.bankatres.com/publicidad-en-transportes-publicos/>

COMUNICARE. (2024). Obtenido de Publicidad en transportes públicos: Todo lo que debes saber: <https://www.comunicare.es/publicidad-en-transportes-publicos-todo-lo-que-debes-saber-2024/>

González Quiroga, H. G., Segura Pérez, E., & Wulfrano, G. G. (19 de Mayo de 2023). *SCIELO.* Obtenido de Análisis de la demanda de un transporte público en Ciudad de México: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81962022000200007

GTPublicidad. (2016). Obtenido de PUBLICIDAD EN CAMIONES URBANOS.

La Jornada. (03 de Octubre de 2024). Obtenido de Exigen retiro de publicidad ilegal en transporte público concesionado: <https://www.jornada.com.mx/noticia/2024/10/03/capital/exigen-retiro-de-publicidad-ilegal-en-transporte-publico-concesionado-4512>

Merca2.0. (30 de Diciembre de 2016). Obtenido de Transporte público como estrategia de marketing urbano: <https://www.merca20.com/transporte-publico-estrategia-marketing-urbano/>

Publibus. (06 de Mayo de 2021). Obtenido de 3 ventajas de la publicidad exterior en autobuses: <https://www.publibus.es/blog/3-ventajas-de-la-publicidad-exterior-en-autobuses>

Publicidad Estratégica. (Agosto de 2024). Obtenido de Publicidad en camiones en transporte público: <https://www.fgpublicidad.com.mx/uncategorized/5-razones-por-las-que-la-publicidad-en-camiones-de-transporte-publico-es-vital-para-tu-marca-en-mexico/>