



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia, GRUPO CLM

Comportamiento del consumidor

Hackeo creativo de una campaña de marketing

Elaborado por:

Berenice de la Rosa Torres

Alexander Chablé Denis

Fátima Amayrany Cornelio Victoriano

Kevin Adrián de la Cruz Solano

Docente: Minerva Camacho Javier

Ciclo 02/Agosto 2025 – Febrero 2026

Introducción

En esta actividad hicimos una recreación de una campaña ya existente siendo que le dimos otro enfoque distinto para que sea más aceptado o más relevante para el público, haciendo que nuestra creatividad fluya con este trabajo para poder llegar más allá de los límites que tiene así mismo nos ayuda a saber en qué puede llegar a fallar o ser un éxito cierta publicidad de ciertas empresas.

Hackeo creativo “wrapped variación de lo que no te llamo la atención escuchar”

Trata sobre crear una versión diferente más humorística y sorprendente, que los datos ficticios y aspiraciones sobre lo que “deberíamos escuchar” como “Lo que te recomendó el algoritmo pero lo ignoraste” o “Tu yo del pasado hubiera escuchado”

¿Cómo funciona?

1 Top canciones que no escuchaste...pero el resto del mundo si

Te muestra música que fue tendencia la cual no escuchaste.

Ejemplo:” Fuiste parte del 0% que NO escucho corridos tumbados este 2025”.

2 Tu genero fantasma

Los géneros de música que escuchaste pero que el Wrapped exagera como si representara tu personalidad.

Ejemplo: “Escuchaste reguetón 5 minutos. Lo necesario para que Spotify piense que ya eres malandro”.

3 Lo que escuchaste en secreto, pero no lo quieres aceptar

Mostrarlo como un modo privado que nunca funciona.

Ejemplo: “Tu top 1 oculto: Confident – otra vez”.

4 Tu yo del futuro te recomienda

Inventa recomendaciones con una visión futurista como si Spotify conociera tus metas.

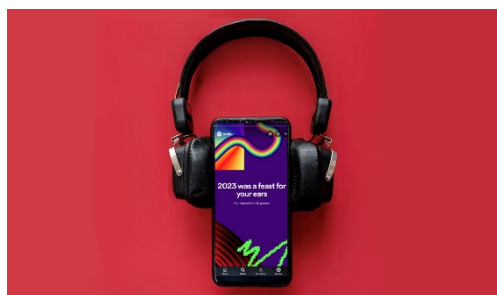
Ejemplo: En 2026 tendrás gym flow. Prepárate con la siguiente playlist: El que menciono que ahora si iba a ir”.

Esta idea funcionaria muy bien ya que las personas tienen a compartir sus Wrapped en redes sociales para que sus amigos, familiares y otras personas vean lo que escucharon así que llegaría a las siguientes plataformas:

1. Historias de Instagram.
2. Historias de Facebook.
3. Estados de WhatsApp.
4. Tik tok.
5. Shorts.

Lo que lo hace funcional es lo siguiente:

- Se mantiene dentro del estilo de Wrapped.
- Es altamente compatible con los demás.
- Funciona como “humor o chiste” haciéndolo casi un meme.
- Permite que las marcas o creadores se sumen sin preocuparse por el copyright.



Conclusión

La actividad fue algo estresante más que nada por qué no decidíamos cuál empresa o marca utilizaríamos para hacer la campaña ya que salieron varias ideas y en base a ella empezamos a trabajar, en nuestro caso escogimos Spotify, así mismo la publicidad también es algo difícil de darle otro enfoque ya que la mayoría está bien hecha o estructurada.

Reflexión

Nos sentimos muy estrados y bajo presión ya que al ser la última actividad y además de ser en equipo teníamos que echarle ganas para que la actividad pueda realizarse con éxito, entre todos nos apoyamos y lo dimos todo para que saliera bien, a su vez que pudimos darnos una idea más a profundidad de cómo podemos revivir o reutilizar una campaña para que sea un éxito absoluto.

Referencias

Spotify. (s. f.). *Spotify Wrapped*. Spotify Support. Recuperado el 15 de noviembre de 2025,

de <https://support.spotify.com/es/article/spotify-wrapped/>

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Firrationallabs.com%2Fblog%2Fspotify-wrapped-behavioral-science%2F&psig=AOvVaw36C0ppoTxOeL7lKeOslGxH&ust=1763307332351000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBUQjRxqFwoTCNjk2cnD9JADFQAAAdAAAAABAe>

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fhadock.es%2Fspotify-wrapped-la-evolucion-de-un-fenomeno-visual%2F&psig=AOvVaw36C0ppoTxOeL7lKeOslGxH&ust=1763307332351000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBUQjRxqFwoTCNjk2cnD9JADFQAAAAAdAAAAABAm>