

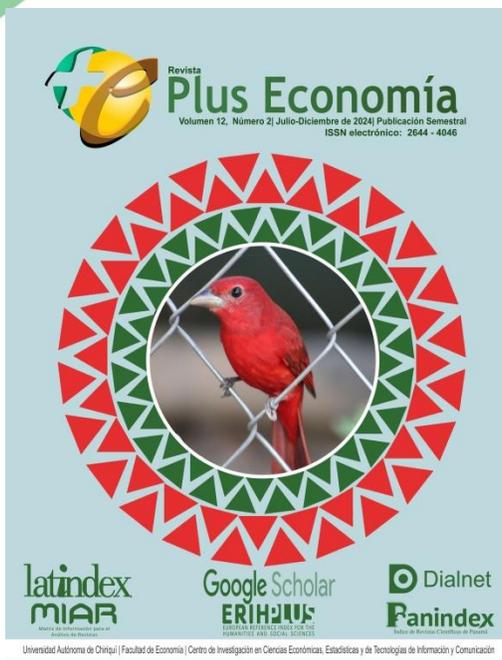


## REVISTA PLUS ECONOMÍA

ISSN electrónico: 2644-4046

pluseconomia@unachi.ac.pa

Centro de Investigación en Ciencias Económicas, Estadísticas y de  
Tecnologías de Información y Comunicación, CICEETIC  
Universidad Autónoma de Chiriquí (UNACHI)  
República de Panamá



### Autor

Yermaline Ching

### Afiliación

Universidad de Panamá, Panamá

### Título

**CLAVES DEL ÉXITO: ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN  
EMPRESARIOS**

DOI: <https://doi.org/10.59722/pluseconomia.v12i2.797>

**Vol. 12, Núm. 2**

Julio - Diciembre de 2024

**pp. 39-44**



## CLAVES DEL ÉXITO: ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN EMPRENDIMIENTOS

Fecha de recepción: 29/04/2024

Fecha de aprobación: 29/05/2024

DOI: <https://doi.org/10.59722/pluseconomia.v12i2.797>

### Autor

**Yermaline Ching**

 <https://orcid.org/0000-0003-3870-3871>

Universidad de  
Panamá

yermaline.ching@  
up.ac.pa

### Resumen

En el competitivo mundo de los emprendimientos, las estrategias de mercadeo tienen un papel importante para garantizar el éxito y la sostenibilidad del negocio. Existen estrategias fundamentales y efectivas para implementarlas en los emprendimientos. Hay elementos que son fundamentales que el emprendedor tenga presente y conozca; por ejemplo, el mercado, las necesidades del público objetivo, la relevancia de construir una marca y establecer un posicionamiento claro en la mente del consumidor. Por lo que manteniendo un enfoque en el análisis constante y la adaptación a las tendencias del mercado se logran los objetivos establecidos.

### Palabras clave

Comercio, negocio, consumidor, administración

### Keys to success: marketing strategies in entrepreneurships

**Abstract:** In the competitive world of entrepreneurship, marketing strategies play an important role in ensuring the success and sustainability of the business. There are fundamental and effective strategies to implement in ventures. There are elements that are fundamental for the entrepreneur to keep in mind and know; for example the market, the needs of the target audience, the relevance of building a brand and establishing a clear positioning in the consumer's mind. Therefore, maintaining a focus on constant analysis and adaptation to market trends, the established objectives are achieved.



**Keywords:** commerce, business, consumer, administration

## Introducción

Las estrategias de mercadeo son fundamentales para el éxito de cualquier emprendimiento. El principal objetivo de estas es identificar y satisfacer las necesidades de los usuarios y consumidores. Esto implica realizar un estudio íntegro del mercado y del público objetivo, analizando sus características demográficas, comportamientos de consumo y preferencias. Además, es importante desarrollar una propuesta de valor única y atractiva, que diferencie al emprendimiento de la competencia. Y es necesario seleccionar los canales de distribución más adecuados, considerando factores como la accesibilidad, la conveniencia y la eficiencia logística. Estas estrategias permitirán posicionar correctamente el producto o servicio en el mercado y alcanzar el éxito deseado.

## Conociendo el Mercado Objetivo

La comprensión del mercado objetivo es fundamental en el desarrollo de estrategias de mercadeo eficaces. Como lo señala Smith (2018), conocer

profundamente a tu cliente no solo optimiza el producto, sino que también mejora la comunicación y aumenta la lealtad del consumidor. Esto permite a los emprendedores adaptar sus productos y mensajes de manera que resonarán más eficazmente con su público.

Según Johnson y Lee (2020), los emprendedores deben enfocarse en análisis de datos avanzados para segmentar los mercados de manera efectiva y predecir comportamientos de compra. La recomendación sería apoyarse en la inteligencia artificial para entender y las necesidades de sus clientes, proporcionando una ventaja competitiva significativa en el mercado. Siguiendo esta línea, la interacción constante con el cliente a través de plataformas digitales proporciona la comunicación valiosa marcando una diferencia entre los métodos tradicionales de investigación de mercado.



## **Estrategias para diferenciar el producto**

En un mercado saturado, la diferenciación del producto se convierte en una herramienta decisiva para destacar en las organizaciones y emprendimientos. En este caso, los emprendedores deben esforzarse por innovar y mejorar sus productos o servicios de manera que ofrezcan características únicas que satisfagan necesidades específicas del consumidor. Esta diferenciación puede basarse en la calidad, el diseño, la tecnología incorporada, o incluso la experiencia del cliente.

La diferenciación del producto o servicio resulta clave para forjar una ventaja competitiva en el mercado. Según Pérez (2022), la diferenciación no solo se trata de alterar el producto, sino de crear una percepción única en la mente del consumidor. Este enfoque resalta la importancia de la diferenciación no solo en características tangibles, sino también en la creación de una imagen de marca distintiva.

Por consiguiente, White y Carter (2020) enfatizan la importancia de la experiencia del cliente en la diferenciación de productos. Los

productos que entregan experiencias excepcionales a los consumidores crean un vínculo emocional que supera cualquier comparación de características técnicas. Este enfoque sugiere que la diferenciación también puede ser efectiva a través de una experiencia de cliente superior.

Desarrollar una propuesta de valor única y atractiva son las claves para destacarse en el mercado. En otras palabras; es importante identificar y comunicar las características y beneficios que ofrece el producto o servicio a los clientes. De igual importancia es necesario comprender las necesidades y preferencias del mercado objetivo, así como la propuesta de valor de la competencia. Por lo que se pueden diseñar estrategias que enfatizan los puntos fuertes del emprendimiento y generen un valor diferenciador. El emprendimiento debe ofrecer una propuesta de valor clara, convincente y relevante a los clientes, para lograr su atención.

## **Estrategias de comunicación digital**

La forma en que un emprendedor comunica su valor es tan importante



como el valor mismo. La comunicación a través de las redes sociales, el marketing por correo electrónico y el marketing de contenido son estrategias claves. Estas herramientas permiten no solo alcanzar el público objetivo más amplio y diverso, sino también interactuar de manera directa y personalizada, edificando relaciones perdurables con los clientes.

El uso eficaz de las plataformas digitales ha transformado las estrategias de comunicación en el ámbito del mercadeo. Según Thompson (2019), "la era digital exige una comunicación más personalizada y adaptada a las plataformas que los consumidores prefieren".

Martínez (2021) señala que las redes sociales no son solo canales de comunicación, sino espacios para construir comunidad y fidelidad de marca. Este enfoque resalta el potencial de las redes sociales para crear conexiones más profundas y significativas con los clientes.

Las capacitaciones y empoderamiento de los emprendedores son vitales en el conocimiento del mercadeo digital, así como el

comprender el uso y las métricas de cada canal de comunicación digital.

En línea con lo anterior, el marketing de contenido es clave para educar y enganchar a los consumidores, posicionando a las marcas como líderes de pensamiento en sus industrias (Gibson, 2020). Debe señalarse que el emprendedor es un administrador de su negocio, debe conocer y generar contenido de calidad estableciendo credibilidad y confianza con su público objetivo.

Por otro lado, Lee (2018) asevera que el marketing por correo electrónico es una de las herramientas más efectivas para lograr las ventas, debido a su capacidad para segmentar y personificar los mensajes. En efecto redes sociales son una herramienta eficaz para el marketing de emprendimientos ya que permiten llegar a un amplio público de forma expedita y directa.

### **Respuesta rápida a los cambios del mercado**

En definitiva el mercado está en constante evolución, y las estrategias de mercadeo deben ser creadas con acciones flexibles. Los emprendimientos



exitosos son aquellos que se adaptan rápidamente a las tendencias emergentes y cambian las demandas de los consumidores. Esto puede implicar ajustar la oferta de productos, modificar sus estrategias de mercadeo o incluso el modelo del emprendimiento por completo.

La adaptabilidad en el negocio es crucial para responder efectivamente a los rápidos cambios del mercado. Las empresas que responden rápidamente a los cambios del mercado no solo sobreviven, sino que prosperan al convertir desafíos en oportunidades (Foster, 2021).

Es importante que el emprendedor se mantenga vigilante de la operación del negocio y si tiene que cambiar alguna estrategia pueda realizarlo sin inconvenientes ni contratiempos. las estrategias que el emprendedor

Por otro lado, el emprendedor debe aprender el uso de tecnologías emergentes lo cual es un componente esencial para mantener la competitividad en un entorno en constante evolución Clark (2022).

La integración tecnológica facilita una adaptación más ágil a las nuevas

tendencias y demandas del mercado. Los emprendedores deben mantener un diálogo constante con los clientes para anticiparse a los cambios en las preferencias y expectativas (Romero, 2020). Esta interacción continua permite a las empresas ajustar rápidamente sus productos y servicios para satisfacer mejor las necesidades del cliente.

Y una herramienta importante para dar respuesta a estos cambios es apoyarse en la inteligencia artificial y el análisis de datos para prever tendencias y prepararse para cambios futuros (Kim, 2023). El emprendedor debe llevar una planificación estratégica para lograr decisiones asertivas de su negocio.

### **Reflexiones finales**

Crear un emprendimiento es tanto desafiante como gratificante. A través de la comprensión profunda del mercado objetivo, los emprendedores pueden crear productos y servicios que no solo satisfacen las necesidades de los consumidores, sino que también sus deseos más profundos. La diferenciación efectiva y la creación de una propuesta de valor convincente son fundamentales para establecer una



ventaja competitiva que pueda sostener el negocio a largo plazo. Adicional, la adaptación a las plataformas digitales y la implementación de estrategias de comunicación que aprovechen estas herramientas modernas son esenciales para construir y mantener relaciones duraderas con los clientes.

Resulta claro que la adaptabilidad y la capacidad para responder rápidamente a los cambios del mercado no son solo una ventaja competitiva, sino una necesidad absoluta en el entorno de los emprendimientos actuales.

Y finalmente, el éxito del emprendimiento se basa en un equilibrio entre innovación constante, comprensión del cliente y flexibilidad estratégica. Con estas herramientas, los emprendedores están bien equipados para navegar el cambiante paisaje de los negocios y dirigir sus empresas hacia un futuro próspero y exitoso.

## Referencias

- Clark, T. (2022). *Leveraging Technology for Business Resilience*. Boston: MIT Press.
- Foster, J. (2021). *Agility in Business: Adapting to a Changing World*. London: Palgrave Macmillan.

- Gibson, E. (2020). *Content Marketing Strategies for Businesses*. Chicago: University of Chicago Press.
- Johnson, M., y Lee, A. (2020). *Predictive Analytics in Marketing*. London: Routledge.
- Kim, D. (2023). *Predictive Analytics for Market Readiness*. Seoul: National University Press.
- Lee, A. (2018). *Effective Email Marketing Techniques*. New York: Oxford University Press.
- Martinez, R. (2021). *Social Media Strategies for Brand Community*. San Francisco: Chronicle Books.
- Pérez, J. (2022). *Innovación y Estrategia: Claves para Diferenciar tu Producto*. Madrid: Esic Editorial.
- Romero, M. (2020). *Customer-Centric Strategies for Business Adaptation*. San Diego: Academic Press.
- Smith, A. (2018). *Marketing to the Modern Consumer: The Data-Driven Approach*. New York: HarperCollins.
- Thompson, H. (2019). *Digital Communication in the Modern Marketplace*. Boston: Academic Press.
- White, S., y Carter, D. (2020). *Customer Experience and Product Success*. London: Sage Publications.