



UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ
SEDE JOSÉ BARRIOS S., VERAGUAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MERCADEO
PARA LA APERTURA DE UN ESTABLECIMIENTO FÍSICO DE
ARTESANÍAS Y ACCESORIOS TÍPICOS OCUEÑOS EN SANTIAGO
DE VERAGUAS”**

Proyecto final de graduación presentado como requisito para optar por
el título de Licenciatura en Publicidad y Mercadeo con Énfasis en
Diseño Gráfico Computacional en la Universidad Latina de Panamá

Analisa Del C. Díaz G.
C.I. 9-761-1278

Profesor asesor:
Horacio Sandoval

Santiago de Veraguas, República de Panamá

2026

Dedicatoria

Dedico este logro, con todo mi amor, a mis padres, por ser mi mayor apoyo y por enseñarme a seguir adelante aun cuando las cosas no fueran fáciles. Gracias por cada sacrificio, por creer en mí y por acompañarme en cada paso de este camino.

A mis hermanas, por estar presentes, por sus palabras, su cariño y por ser parte importante de mi vida. Gracias por compartir conmigo mis alegrías, mis preocupaciones y cada pequeño logro.

Y por qué no, a mí misma, porque la Analisa de hace unos años jamás se creería que hemos llegado a donde estamos. Gracias por no rendirte nunca y por confiar en que todo pasaba por algo. Sigue luchando por tus sueños, que el primero ya lo hemos cumplido.

Agradecimiento

Con infinita gratitud a Dios por ser mi guía en cada paso de este camino.

A mis padres, quienes han sabido formarme con buenos valores, y cada paso de este camino lo he dado con el apoyo de sus palabras y su confianza en mí.

Gracias a mi familia y seres queridos, quienes me acompañaron en este proceso, dándome fuerza y ánimo para continuar. Todos y cada uno de ustedes han sido parte esencial para lograrlo.

A mis hermanas, por estar presente y darme su apoyo incondicional. Su perseverancia y su esfuerzo por salir adelante han sido mi respaldo en cada etapa de este proceso. Las admiro y estoy muy orgullosa de ustedes.

A mis compañeros, porque esta carrera me ha dado la mejor familia que podría haber elegido. Gracias por haber hecho de estos tres años y ocho meses un camino tan bonito. Y cómo no, a Mónica, que más que amiga es hermana. Gracias por ser siempre hogar, por no soltarme nunca de la mano y por alegrarte de mis logros como si fuesen los tuyos.

A Michael, gracias por estar a mi lado en cada paso de este proceso. Aunque no hayas estado desde el principio, has sido una parte muy importante de este camino. Gracias por escucharme, comprenderme, apoyarme, sacarme una sonrisa en los días difíciles y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Gracias, sobre todo, por nunca dejarme rendirme, por recordarme que podía seguir adelante y por hacerme sentir que nunca estoy sola.

Declaración Jurada



UNIVERSIDAD LATINA DE PANAMÁ DECLARACIÓN JURADA

Yo **Analisa Del Carmen Díaz Guevara** con cédula de identidad personal número, **9-761-1278** estudiante graduando de la carrera de **Licenciatura en Publicidad y Mercadeo con Énfasis en Diseño Gráfico Computacional** declaro bajo la gravedad del juramento que el material que aparece en este trabajo de graduación, en la opción: Proyecto final titulado: **Diseño de estrategias de publicidad y mercadeo para la apertura de un establecimiento físico de artesanías y accesorios típicos ocueños en Santiago de Veraquas**, es de mi producción intelectual, en razón de lo cual exonero a la Universidad Latina de Panamá de cualquier responsabilidad relacionada a este aspecto.

Para que conste firmo la presente declaración el día ____ del mes de agosto del año 2026.

Firma del estudiante: _____

Cédula: _____

Índice General

<i>Dedicatoria</i>	2
<i>Agradecimiento</i>	3
<i>Declaración Jurada</i>	4
1.1 Antecedentes del problema de investigación	10
<i>1.2 Planteamiento del problema</i>	11
1.2.1 Descripción general del problema	11
1.2.2 Identificación de las causas	12
1.2.3 Impacto del problema	13
1.2.4 Formulación del problema	13
<i>1.3 Justificación de la investigación</i>	13
<i>1.4 Objetivos de la investigación</i>	16
1.4.1 Objetivo general	16
1.4.2 Objetivos específicos	16
<i>1.5 Alcance y límites de la investigación</i>	17
1.5.1 Alcance de la investigación	17
1.5.2 Límites de la investigación	17
<i>1.6 Línea de investigación a la que pertenece el estudio</i>	18
<i>CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO</i>	20
<i>2.1 Antecedentes de investigaciones realizadas en el tema</i>	20
2.1.1 Antecedentes Internacionales	20
2.1.1.1 Antecedente 1	20

2.1.1.1.1 Aporte a la presente investigación	21
2.1.1.2 Antecedente 2	21
2.1.1.2.1 Aporte a la presente investigación	21
2.1.1.3 Antecedente 3	22
2.1.1.3.1 Aporte a la presente investigación	22
2.1.1.4 Antecedente 4	23
2.1.1.4.1 Aporte a la presente investigación	23
<i>2.1.2 Antecedentes Nacionales</i>	<i>24</i>
2.1.2.1 Antecedente 1	24
2.1.2.1.1 Aporte a la presente investigación	24
2.1.2.2 Antecedente 2	25
2.1.2.2.1 Aporte a la presente investigación	25
2.1.2.3 Antecedente 3	26
2.1.2.3.1 Aporte a la presente investigación	26
2.1.2.4 Antecedente 4	27
2.1.2.4.1 Aporte a la presente investigación	27
<i>2.2 Bases teóricas que sustentan la investigación</i>	<i>28</i>
2.2.1 Publicidad	28
2.2.2 Mercadeo	29
2.2.3 Estrategias de publicidad	30
2.2.4 Estrategias de mercadeo	31
2.2.5 Marketing digital	32
2.2.6 Branding	33
2.2.7 Identidad corporativa	34
2.2.8 Posicionamiento de marca	35

2.2.9 Comportamiento del consumidor	35
2.2.10 Diseño gráfico	36
2.2.11 Comunicación visual	38
2.2.12 Redes sociales como herramienta de mercadeo	39
2.2.13 Emprendimientos artesanales	40
2.2.14 Establecimiento físico como estrategia comercial	41
<i>2.3 Variables de la investigación</i>	<i>42</i>
2.3.1 Definición conceptual de las variables	42
2.3.1.1 Variable independiente: Estrategias de publicidad y mercadeo	42
2.3.1.2 Variable dependiente: Apertura de un establecimiento físico	43
2.3.2 Definición operacional de las variables	43
2.3.2.1 Variable independiente: Estrategias de publicidad y mercadeo	43
2.3.2.2 Variable dependiente: Apertura de un establecimiento físico	43
2.4 Glosario de términos	44
<i>CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO</i>	<i>46</i>
3.1 Tipo y diseño de la investigación	46
3.2 Población y/o muestra (o Universo de estudio)	46
3.2.1 Cálculo del muestreo	46
3.3 Descripción del instrumento (Se aplica según el campo de estudio)	47
3.4 Procedimiento de la investigación	47
Encuesta sobre el Proyecto de Publicidad y Diseño Gráfico de Creaciones Meline & Accesorios	48
<i>CAPÍTULO 4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</i>	<i>50</i>
Gráfica 1	50
Gráfica 2	51

Gráfica 3	52
Gráfica 4	52
Gráfica 5	53
Gráfica 9	57
<i>4.2 Descripción del proyecto y presentación de resultados</i>	<i>59</i>
4.2.1 Descripción del proyecto	59
<i>CAPÍTULO 5 PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	<i>61</i>
5.1 Introducción de la propuesta	61
5.2 Justificación de la propuesta	61
5.3 Objetivos de la propuesta	62
5.3.1 Objetivo general	62
5.3.2 Objetivos específicos	62
5.4 Metas a alcanzar	63
5.5 Beneficios de la propuesta	64
5.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	65
5.6.1 Descripción del cronograma	66
5.7 Presupuesto	67
5.7.1 Descripción del presupuesto	67
5.8 Diseño de la propuesta	68
<i>Identidad visual de Creaciones Melline & Accesorios</i>	<i>69</i>
<i>Fachada del local</i>	<i>70</i>
<i>Diseño de Valla Publicitaria</i>	<i>71</i>
<i>Banner Publicitario</i>	<i>72</i>
<i>Volante</i>	<i>73</i>

<i>Historias para Instagram</i>	74
	74
<i>Historias para Instagram</i>	75
<i>Post para Instagram</i>	76
<i>Post para Instagram</i>	77
<i>Tarjeta de presentación</i>	78
<i>Empaques y Sticker</i>	79
<i>Conclusiones</i>	80
<i>Recomendaciones</i>	81
<i>Bibliografía</i>	82

CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema de investigación

Creaciones Melline & Accesorios es un emprendimiento panameño fundado en el año 2016 por la señora Mayla Ferrán, quien inició este proyecto con el propósito de preservar las tradiciones artesanales del distrito de Océ de Océ mediante la elaboración y comercialización de prendas y accesorios típicos confeccionados de forma artesanal. Desde sus inicios, el emprendimiento ha buscado ofrecer productos de calidad que reflejen la identidad cultural panameña, promoviendo el valor de las artesanías tradicionales y fortaleciendo el reconocimiento de los mercados típicos oceños.

El emprendimiento es administrado y operado por una sola persona, quien se encarga de todo el proceso productivo y comercial, desde el diseño y confección de las prendas hasta la promoción, atención al cliente y venta de los productos. Cada pieza es elaborada completamente de manera artesanal, utilizando principalmente la técnica del tejido en crochet, lo que aporta exclusividad, autenticidad y un alto valor agregado a cada producto.

Entre los principales artículos que ofrece Creaciones Melline & Accesorios se encuentran los mercados típicos oceños tejidos en crochet, incluyendo suéteres, camisas y vestidos. Además, el emprendimiento complementa su oferta con la venta de carteras, perfumes, collares y otros accesorios, con el objetivo de brindar una mayor variedad de opciones a sus clientes y responder a las tendencias del mercado.

Actualmente, la comercialización de los productos se realiza principalmente a través de la red social Instagram, donde los clientes conocen los productos disponibles y realizan pedidos personalizados. Asimismo, el emprendimiento participa en ferias artesanales y eventos comerciales, espacios que permiten exhibir y vender productos previamente confeccionados, además de establecer un contacto directo con consumidores interesados en adquirir artículos típicos y artesanales.

A pesar de la aceptación que ha tenido el emprendimiento desde su creación, el modelo actual de comercialización presenta algunas limitaciones. La ausencia de

un establecimiento físico restringe la exhibición permanente de los productos, limita la experiencia de compra de los clientes y reduce las oportunidades de captar nuevos consumidores que prefieren observar personalmente la calidad, los acabados y los detalles de las artesanías antes de realizar una compra.

Asimismo, depender principalmente de las ventas por redes sociales y de la participación en ferias ocasiona que la visibilidad del emprendimiento esté condicionada a la actividad digital y a eventos temporales, lo que dificulta consolidar un posicionamiento sólido dentro del mercado artesanal de la provincia de Veraguas.

En este contexto, surge la necesidad de desarrollar estrategias de publicidad y mercadeo orientadas a la apertura de un establecimiento físico en la ciudad de Santiago de Veraguas. La creación de un punto de venta permitirá exhibir permanentemente los productos, fortalecer la imagen de la marca, incrementar el reconocimiento del emprendimiento, mejorar la experiencia de compra de los clientes y generar mayores oportunidades de crecimiento y competitividad en el mercado local.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Descripción general del problema

En la actualidad, los emprendimientos desempeñan un papel importante en el desarrollo económico y social de Panamá, especialmente aquellos dedicados a la producción y comercialización de artesanías, ya que contribuyen a preservar las tradiciones culturales y generan oportunidades de empleo e ingresos. Sin embargo, muchos de estos negocios enfrentan dificultades para consolidarse en el mercado debido a la limitada aplicación de estrategias de publicidad y mercadeo que fortalezcan su posicionamiento y crecimiento.

En este contexto se encuentra Creaciones Meline & Accesorios, un emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de marcados típicos ocueños tejidos en crochet, además de accesorios como carteras, perfumes, collares y otros artículos. Desde su creación en 2016, el negocio ha desarrollado sus actividades comerciales principalmente mediante redes sociales y la

participación en ferias artesanales, lo que le ha permitido dar a conocer sus productos y captar clientes interesados en artículos elaborados de forma artesanal. No obstante, el emprendimiento no cuenta con un establecimiento físico donde los clientes puedan conocer de manera permanente la variedad de productos ofrecidos. Esta situación limita la visibilidad del negocio, restringe la experiencia de compra y dificulta atraer nuevos consumidores que prefieren observar directamente la calidad de las prendas y accesorios antes de realizar una compra.

Asimismo, la ausencia de un punto de venta fijo reduce las oportunidades de fortalecer el posicionamiento de la marca en Santiago de Veraguas, ya que la comercialización depende principalmente del alcance de las redes sociales y de la participación en eventos temporales. Aunque estos canales han permitido mantener el emprendimiento activo, no son suficientes para aprovechar el potencial del mercado local y ampliar su presencia frente a la competencia.

Por esta razón, surge la necesidad de diseñar estrategias de publicidad y mercadeo que permitan respaldar la apertura de un establecimiento físico, fortaleciendo la imagen de la empresa, incrementando su reconocimiento y creando una experiencia de compra más cercana y atractiva para los clientes.

1.2.2 Identificación de las causas

La problemática identificada en Creaciones Meline & Accesorios se origina por diversos factores que limitan su crecimiento y desarrollo comercial.

Entre las principales causas se encuentran las siguientes:

- Ausencia de un establecimiento físico donde los clientes puedan conocer y adquirir los productos de manera permanente.
- Dependencia de las ventas realizadas a través de redes sociales, pedidos personalizados y participación en ferias artesanales.
- Limitada implementación de estrategias de publicidad y mercadeo orientadas al posicionamiento del emprendimiento.
- Escasa visibilidad de la marca frente a otros negocios que cuentan con un punto de venta establecido.

- Falta de una estrategia integral que apoye la apertura y promoción de un establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

1.2.3 Impacto del problema

La permanencia de esta situación puede generar diversas consecuencias para el emprendimiento, tanto en el corto como en el largo plazo.

Entre los principales efectos se destacan:

- Disminución de las oportunidades para captar nuevos clientes.
- Limitación en el crecimiento de las ventas y en la expansión del negocio.
- Menor posicionamiento y reconocimiento de la marca dentro del mercado artesanal de Santiago de Veraguas.
- Dependencia de canales de venta temporales y digitales, lo que reduce la disponibilidad permanente de los productos para los consumidores.
- Dificultad para fortalecer la fidelización de los clientes mediante una experiencia de compra presencial.

De mantenerse estas condiciones, Creaciones Melline & Accesorios podría enfrentar mayores dificultades para consolidarse en el mercado artesanal local, limitando su competitividad y las oportunidades de crecimiento sostenible.

1.2.4 Formulación del problema

Pregunta general de investigación:

¿Qué estrategias de publicidad y mercadeo deben diseñarse para contribuir a la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas?

1.3 Justificación de la investigación

La presente investigación surge de la necesidad de diseñar estrategias de publicidad y mercadeo que contribuyan a la apertura de un establecimiento físico para el emprendimiento Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas. La propuesta busca fortalecer el crecimiento del negocio mediante la aplicación de herramientas de comunicación y mercadeo que permitan mejorar su

posicionamiento, incrementar su reconocimiento en el mercado y ofrecer una experiencia de compra más cercana a los consumidores.

Desde el ámbito social, la investigación adquiere relevancia porque promueve la conservación y difusión de las artesanías y los mercados típicos ocueños, los cuales forman parte del patrimonio cultural panameño. La apertura de un establecimiento físico facilitará el acceso de residentes y visitantes a productos elaborados artesanalmente, contribuyendo a valorar las tradiciones locales y a fortalecer la identidad cultural de la región.

En el ámbito económico, el estudio representa una oportunidad para impulsar el crecimiento de Creaciones Melline & Accesorios, al proponer estrategias que favorezcan el aumento de la visibilidad de la marca, la captación de nuevos clientes y el incremento de las ventas. Asimismo, un establecimiento físico permitirá diversificar los canales de comercialización, reducir la dependencia de las ventas realizadas exclusivamente por redes sociales y generar mayores oportunidades de desarrollo para el emprendimiento.

Desde la perspectiva académica, esta investigación permitirá aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación en la Licenciatura en Publicidad y Mercadeo con énfasis en Diseño Gráfico Computacional, integrando conceptos de publicidad, mercadeo, branding, comunicación visual y diseño gráfico en la elaboración de una propuesta fundamentada en principios teóricos y metodológicos. Además, el estudio podrá servir como referencia para futuras investigaciones relacionadas con el fortalecimiento de emprendimientos artesanales y el diseño de estrategias de comunicación comercial.

Finalmente, desde el ámbito práctico, la investigación culminará con una propuesta de estrategias de publicidad y mercadeo adaptadas a las necesidades de Creaciones Melline & Accesorios, orientadas a apoyar la apertura de un establecimiento físico en Santiago de Veraguas. La propuesta incluirá acciones que contribuyan a fortalecer la identidad de la marca, mejorar su posicionamiento y consolidar una presencia comercial más competitiva, ofreciendo una herramienta útil para la toma de decisiones y el crecimiento sostenible del emprendimiento.

En consecuencia, la investigación resulta pertinente, viable y de interés tanto para el emprendimiento como para la comunidad, ya que combina la preservación de las tradiciones artesanales con la aplicación de estrategias modernas de publicidad y mercadeo, favoreciendo el desarrollo empresarial y la promoción de la cultura panameña.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

- Diseñar estrategias de publicidad y mercadeo para la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas, con el propósito de fortalecer el posicionamiento de la marca, incrementar su reconocimiento y contribuir al crecimiento del emprendimiento.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de Creaciones Melline & Accesorios en relación con sus estrategias de publicidad, mercadeo y comercialización.
- Identificar las necesidades, preferencias y hábitos de compra de los consumidores potenciales de artesanías y accesorios típicos en la ciudad de Santiago de Veraguas.
- Diseñar estrategias de publicidad y mercadeo orientadas a fortalecer la imagen, el posicionamiento y la promoción de Creaciones Melline & Accesorios para la apertura de un establecimiento físico.
- Proponer piezas gráficas y acciones de comunicación que apoyen la promoción del establecimiento físico y fortalezcan la identidad visual del emprendimiento.
- Elaborar una propuesta de publicidad y mercadeo que contribuya al crecimiento y la competitividad de Creaciones Melline & Accesorios en el mercado local.

1.5 Alcance y límites de la investigación

1.5.1 Alcance de la investigación

La presente investigación tiene como alcance el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo para la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas. El estudio estará orientado a analizar la situación actual del emprendimiento, identificar las necesidades y preferencias de los consumidores potenciales, y proponer acciones que contribuyan al fortalecimiento de la marca y al posicionamiento del negocio en el mercado local. Asimismo, la investigación comprenderá la recopilación y análisis de información mediante la aplicación de encuestas dirigidas a consumidores potenciales, con el propósito de conocer sus hábitos de compra, preferencias y percepción sobre los productos artesanales y accesorios típicos ocueños. Los resultados obtenidos servirán como base para el diseño de estrategias publicitarias y de mercadeo acordes con las características del público objetivo.

La propuesta incluirá el desarrollo de estrategias de comunicación y promoción, así como el diseño de piezas gráficas orientadas a fortalecer la identidad visual del emprendimiento y apoyar la apertura del establecimiento físico. Entre estas podrán contemplarse materiales promocionales, estrategias para redes sociales, elementos de identidad corporativa y otras acciones de comunicación comercial acordes con la formación profesional en Publicidad y Mercadeo con énfasis en Diseño Gráfico Computacional.

Finalmente, el estudio busca proporcionar una propuesta viable que contribuya al crecimiento y posicionamiento de Creaciones Melline & Accesorios, ofreciendo una herramienta que facilite la toma de decisiones para la futura apertura del establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

1.5.2 Límites de la investigación

La investigación se desarrollará exclusivamente para el emprendimiento Creaciones Melline & Accesorios, por lo que los resultados y la propuesta estarán dirigidos únicamente a las necesidades de esta empresa y no podrán generalizarse a otros emprendimientos artesanales sin realizar las adaptaciones correspondientes.

El estudio se llevará a cabo en la ciudad de Santiago de Veraguas y estará enfocado en consumidores potenciales de artesanías y accesorios típicos, por lo que no abarcará otras provincias ni mercados internacionales.

Asimismo, la investigación se limitará al diseño de estrategias de publicidad y mercadeo, sin contemplar la implementación, ejecución o evaluación de dichas estrategias durante el período de estudio. La apertura del establecimiento físico dependerá de factores como la disponibilidad de recursos económicos, la selección de una ubicación estratégica, los trámites legales correspondientes y las decisiones de la propietaria del emprendimiento.

Además, el desarrollo del proyecto estará sujeto al tiempo establecido por la Universidad Latina de Panamá para la elaboración del trabajo de graduación y a la disponibilidad de información proporcionada por el emprendimiento y por los participantes en la investigación.

1.6 Línea de investigación a la que pertenece el estudio

- Línea de investigación: Comunicación, Marketing y Publicidad.

La presente investigación se enmarca en la línea de investigación Comunicación, Marketing y Publicidad, debido a que se orienta al diseño de estrategias de publicidad y mercadeo dirigidas al fortalecimiento de un emprendimiento dedicado a la comercialización de artesanías y accesorios típicos ocueños.

Esta línea de investigación comprende el análisis de los procesos de comunicación comercial, el comportamiento del consumidor, el desarrollo de estrategias de mercadeo y la aplicación de herramientas publicitarias para mejorar el posicionamiento y la competitividad de las organizaciones. Asimismo, promueve la utilización del diseño gráfico como un recurso estratégico para transmitir la identidad de una marca y fortalecer la comunicación visual con el público objetivo.

En el caso de Creaciones Meline & Accesorios, la investigación busca integrar conocimientos de publicidad, mercadeo y diseño gráfico computacional para elaborar una propuesta que contribuya a la apertura de un establecimiento físico en la ciudad de Santiago de Veraguas. Para ello, se desarrollarán estrategias orientadas a fortalecer la identidad de la marca, incrementar su reconocimiento en

el mercado y mejorar la comunicación con los consumidores mediante el uso de medios tradicionales y digitales.

La propuesta permitirá aplicar herramientas de investigación de mercados, branding, comunicación visual y promoción comercial, con el propósito de ofrecer soluciones acordes con las necesidades del emprendimiento y contribuir a su crecimiento y posicionamiento dentro del mercado artesanal local.

CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO

El presente capítulo expone el marco teórico que sustenta la investigación, mediante la revisión de antecedentes nacionales e internacionales relacionados con las estrategias de publicidad y mercadeo aplicadas a emprendimientos artesanales. Asimismo, se desarrollan las principales bases teóricas que fundamentan el estudio, abordando conceptos relacionados con la publicidad, el mercadeo, el branding, el marketing digital, el comportamiento del consumidor, el diseño gráfico y otras áreas afines. Finalmente, se presentan las variables de la investigación, proporcionando el sustento conceptual necesario para el desarrollo de la propuesta dirigida a Creaciones Meline & Accesorios.

2.1 Antecedentes de investigaciones realizadas en el tema

2.1.1 Antecedentes Internacionales

2.1.1.1 Antecedente 1

La investigación titulada *Campaña publicitaria para la promoción de los productos artesanales elaborados en fibra de cabuya de la comunidad Nizag, cantón Alausí*, realizada en la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador, tuvo como objetivo diseñar una campaña publicitaria que contribuyera a la promoción y comercialización de los productos artesanales elaborados por los artesanos de la comunidad Nizag. La investigación se desarrolló mediante un enfoque mixto, utilizando técnicas cuantitativas y cualitativas, entre ellas encuestas, entrevistas y revisión bibliográfica. Como resultado, se identificó la necesidad de implementar estrategias publicitarias apoyadas principalmente en redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, YouTube y WhatsApp para incrementar la visibilidad de los productos y fortalecer la relación con los consumidores. Asimismo, la propuesta incorporó el modelo AIDA como metodología para captar la atención, despertar el interés, generar el deseo y motivar la acción de compra del público objetivo.

2.1.1.1.1 Aporte a la presente investigación

Este antecedente aporta a la presente investigación porque demuestra que el diseño de estrategias publicitarias y el uso adecuado de medios digitales constituyen herramientas eficaces para fortalecer el posicionamiento de emprendimientos artesanales. Además, evidencia la importancia de integrar la identidad cultural de los productos con estrategias de comunicación comercial, aspecto que también se busca desarrollar en la propuesta para Creaciones Melline & Accesorios.

2.1.1.2 Antecedente 2

El artículo científico titulado *Implementación del e-commerce para el desarrollo económico de los artesanos de Tacna*, publicado en la revista Industrial Data, tuvo como objetivo analizar cómo la implementación del comercio electrónico contribuye al desarrollo económico de los artesanos de la región de Tacna, considerando el e-commerce como una estrategia para ampliar los canales de comercialización, incrementar la visibilidad de los productos y fortalecer la competitividad de los emprendimientos artesanales. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, mediante la recopilación y análisis de información relacionada con la comercialización digital de productos artesanales y el impacto del comercio electrónico en este sector. Los resultados demostraron que la incorporación de plataformas digitales y estrategias de venta en línea favorece el incremento de las ventas, la captación de nuevos clientes y la expansión hacia mercados nacionales e internacionales, permitiendo mejorar la sostenibilidad económica de los artesanos. Los autores concluyeron que el e-commerce representa una herramienta estratégica para fortalecer la comercialización de productos artesanales y aumentar su competitividad en un mercado cada vez más digitalizado.

2.1.1.2.1 Aporte a la presente investigación

Este estudio aporta a la presente investigación porque evidencia que la implementación de estrategias digitales complementa las acciones de publicidad y

mercadeo, fortaleciendo el posicionamiento y la comercialización de productos artesanales. Sus resultados sirven como referencia para el diseño de estrategias de comunicación y promoción de Creaciones Melline & Accesorios, ya que demuestran la importancia de integrar herramientas digitales con la apertura de un establecimiento físico para ampliar el alcance de la marca y mejorar su competitividad.

2.1.1.3 Antecedente 3

La investigación titulada *Las artesanías de Cortazar, Guanajuato como elemento de posicionamiento de marca ciudad*, publicada por la Universidad de Guanajuato, tuvo como objetivo analizar la factibilidad de posicionar a la ciudad de Cortazar, Guanajuato, como una “ciudad artesanal”, mediante el desarrollo de una estrategia de marca-ciudad (*city branding*) basada en su patrimonio cultural y artesanal. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, aplicando una prueba piloto a 30 habitantes de la localidad para identificar los elementos culturales y artesanales más representativos del municipio. Los resultados evidenciaron que las artesanías, las festividades tradicionales y el patrimonio cultural constituyen elementos clave para fortalecer la identidad y el posicionamiento de la ciudad, destacando la importancia del marketing territorial como herramienta para atraer visitantes y generar ventajas competitivas. Los autores concluyeron que Cortazar posee los atributos necesarios para desarrollar una estrategia de marca ciudad fundamentada en sus artesanías y tradiciones culturales, fortaleciendo así su imagen y reconocimiento.

2.1.1.3.1 Aporte a la presente investigación

Este estudio aporta a la presente investigación porque demuestra que las artesanías y la identidad cultural pueden convertirse en elementos diferenciadores para el posicionamiento de una marca. Sus resultados sirven como referencia para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios, ya que evidencian la importancia de integrar la cultura, las tradiciones y los productos artesanales en la construcción de una identidad comercial sólida

que favorezca el reconocimiento del establecimiento físico en la ciudad de Santiago, provincia de Veraguas.

2.1.1.4 Antecedente 4

La investigación titulada *Diseño y ejecución de una guía para la aplicación de branding en la introducción de nuevos proyectos de emprendimiento de productos alimenticios artesanales, en el mercado local (Cuenca). Caso piloto: Productos Naturales Granja Verde*, realizada como trabajo de graduación de la Maestría en Comunicación y Marketing de la Universidad del Azuay, Ecuador, tuvo como objetivo diseñar y ejecutar una guía para la aplicación del branding en emprendimientos de productos alimenticios artesanales, con el propósito de fortalecer la identidad de marca, facilitar el posicionamiento en el mercado y mejorar la competitividad de los nuevos negocios. La investigación empleó una metodología orientada al análisis de la identidad corporativa, el comportamiento del consumidor y las estrategias de comunicación, utilizando como caso piloto la empresa Productos Naturales Granja Verde. Los resultados evidenciaron que la implementación de estrategias de branding permite construir una identidad sólida, diferenciar los productos frente a la competencia y fortalecer la percepción de valor por parte de los consumidores. Asimismo, la autora concluyó que el branding constituye una herramienta fundamental para el éxito y consolidación de los emprendimientos artesanales, al favorecer el reconocimiento de la marca y su posicionamiento en el mercado.

2.1.1.4.1 Aporte a la presente investigación

Este antecedente aporta a la presente investigación porque demuestra que la aplicación de estrategias de branding fortalece la identidad y el posicionamiento de los emprendimientos artesanales. Sus resultados sirven como referencia para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo dirigidas a Creaciones Melline & Accesorios, ya que resaltan la importancia de construir una imagen de marca sólida y diferenciada que facilite la apertura del establecimiento físico, incrementando el reconocimiento de la empresa y generando una mayor conexión con los consumidores.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

2.1.2.1 Antecedente 1

En Panamá, los autores de la investigación publicada en la *Revista Saperes Universitas* (2025) desarrollaron un estudio con el objetivo de analizar las estrategias de comunicación y mercadeo empleadas por los emprendedores del Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM) para promocionar sus productos durante las ferias de emprendimiento. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a emprendedores universitarios, con el propósito de identificar las herramientas de promoción y comunicación más utilizadas. Los resultados evidenciaron que la mayoría de los emprendedores emplea la exhibición de productos en ferias como principal estrategia de promoción y utiliza Instagram como el medio de comunicación más importante para dar a conocer sus negocios. Asimismo, se identificó que una parte significativa de los participantes presenta limitaciones en conocimientos de marketing digital y en la aplicación integral de la mezcla de mercadeo, concentrando sus esfuerzos principalmente en la promoción. Los autores concluyeron que es necesario fortalecer la capacitación en mercadeo y herramientas digitales para que los emprendedores desarrollen estrategias más integrales que favorezcan el crecimiento y posicionamiento de sus negocios.

2.1.2.1.1 Aporte a la presente investigación

Este estudio aporta a la presente investigación porque demuestra la importancia de implementar estrategias de comunicación y mercadeo que integren tanto los medios tradicionales como las plataformas digitales para fortalecer el posicionamiento de los emprendimientos. Sus resultados sirven como referencia para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios, considerando el uso de redes sociales, la participación en ferias y la aplicación adecuada de la mezcla de mercadeo como elementos clave para apoyar la apertura y consolidación del establecimiento físico en la ciudad de Santiago, provincia de Veraguas.

2.1.2.2 Antecedente 2

En Panamá, se desarrolló la investigación titulada *Diseño de Estrategias Integrales de Mercadeo Digital en Panamá*, publicada en la revista *Ciencia y Reflexión*. El objetivo de la investigación fue analizar las estrategias integrales de mercadeo digital implementadas por las organizaciones panameñas y proponer acciones que contribuyan a mejorar su competitividad en un entorno digital en constante evolución. La investigación se desarrolló mediante un enfoque de análisis documental y descriptivo, examinando aspectos relacionados con el comercio electrónico, el marketing de contenidos, la publicidad digital, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO), la automatización del marketing, la analítica digital y el comportamiento de los consumidores en Panamá. Los resultados evidenciaron que las empresas que integran estrategias digitales de manera planificada logran fortalecer su presencia en el mercado, mejorar la interacción con los clientes e incrementar sus oportunidades de crecimiento. Asimismo, el estudio concluyó que la implementación de estrategias de mercadeo digital, acompañadas de procesos de medición y mejora continua, constituye un factor clave para el desarrollo y la competitividad de las organizaciones panameñas.

2.1.2.2.1 Aporte a la presente investigación

Este antecedente aporta a la presente investigación porque demuestra la importancia de implementar estrategias integrales de mercadeo digital para fortalecer el posicionamiento y la competitividad de los negocios. Sus resultados sirven como base para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Meline & Accesorios, ya que resaltan la necesidad de integrar herramientas como las redes sociales, el marketing de contenidos, la publicidad digital y la analítica para apoyar la apertura del establecimiento físico y aumentar el reconocimiento de la marca en Santiago de Veraguas.

2.1.2.3 Antecedente 3

En Panamá, los autores de la investigación publicada en la *Revista Saperes Universitas* (2025) desarrollaron un estudio con el objetivo de identificar las estrategias de la mezcla de mercadeo utilizadas por los estudiantes emprendedores del Centro Regional Universitario de San Miguelito (CRUSAM) para dar a conocer sus emprendimientos dentro del entorno universitario. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño exploratorio-descriptivo, aplicando un censo a los 30 integrantes del Club de Emprendimiento del CIDETE mediante una encuesta elaborada en Google Forms.

Los resultados evidenciaron que el 100 % de los emprendedores había recibido capacitación para emprender; sin embargo, el 40 % manifestó no poseer conocimientos suficientes sobre marketing. Además, se determinó que la mayoría utiliza las ferias de emprendimiento como principal medio para exhibir sus productos y que Instagram constituye la estrategia de comunicación más empleada para promocionar sus negocios. Asimismo, se identificó que los emprendedores concentran sus esfuerzos principalmente en la promoción, dejando en un segundo plano aspectos como el precio, la distribución y la diferenciación del producto.

Los autores concluyeron que es necesario fortalecer la formación en marketing y marketing digital para que los emprendedores desarrollen estrategias integrales de la mezcla de mercadeo, mejoren su competitividad y logren un posicionamiento sostenible en el mercado. También destacaron la importancia de la innovación y del acompañamiento institucional para impulsar el crecimiento de los emprendimientos universitarios.

2.1.2.3.1 Aporte a la presente investigación

Este estudio aporta a la presente investigación porque evidencia la importancia de aplicar estrategias integrales de mercadeo para fortalecer el posicionamiento y la competitividad de los emprendimientos. Sus resultados sirven como referencia para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Meline & Accesorios, ya que resaltan la necesidad de combinar adecuadamente la mezcla de

mercadeo, el uso de redes sociales, la innovación y la promoción para apoyar la apertura del establecimiento físico en Santiago de Veraguas y mejorar el reconocimiento de la marca.

2.1.2.4 Antecedente 4

En Panamá, se desarrolló la investigación titulada *Conocimiento y uso de las herramientas de marketing digital por estudiantes de la Universidad de Panamá, CRUV de Veraguas*, con el objetivo de analizar la relación entre el nivel de conocimiento de las herramientas de marketing digital y su utilización por parte de estudiantes universitarios. La investigación empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y una muestra de 51 estudiantes del Centro Regional Universitario de Veraguas. Para la recolección de la información se aplicó un cuestionario validado por expertos y, posteriormente, los datos fueron analizados mediante la prueba estadística de Chi-cuadrado para determinar la relación entre las variables de estudio.

Los resultados evidenciaron que el 80.39 % de los estudiantes posee conocimientos sobre marketing digital y utiliza estas herramientas principalmente para ventas, comunicación, publicidad y promoción. Asimismo, el análisis estadístico confirmó una relación significativa entre el conocimiento del marketing digital y el uso de sus herramientas, demostrando que un mayor nivel de conocimiento favorece una aplicación más efectiva de las estrategias digitales. El autor concluyó que la formación en marketing digital fortalece las competencias de los futuros profesionales y contribuye al desarrollo de habilidades necesarias para responder a las necesidades del mercado actual.

2.1.2.4.1 Aporte a la presente investigación

Este estudio aporta a la presente investigación porque evidencia la importancia del conocimiento y la correcta aplicación de las herramientas de marketing digital para mejorar la comunicación, promoción y posicionamiento de un negocio. Sus resultados constituyen una base para el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios, ya que demuestran que el uso

adecuado de las plataformas digitales fortalece la competitividad, favorece el reconocimiento de la marca y puede complementar la apertura del establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

2.2 Bases teóricas que sustentan la investigación

2.2.1 Publicidad

La publicidad constituye una de las principales herramientas de comunicación utilizadas por las organizaciones para dar a conocer sus productos, servicios o marcas al público objetivo. Su propósito es informar, persuadir y recordar a los consumidores sobre los beneficios de una oferta, con el fin de influir en sus decisiones de compra y fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado. La publicidad es toda forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios realizada por un patrocinador identificado. A través de diferentes medios de comunicación, las organizaciones transmiten mensajes diseñados estratégicamente para captar la atención del consumidor, generar interés y estimular la compra.

En la actualidad, la publicidad ha evolucionado gracias al desarrollo de los medios digitales, permitiendo que las empresas establezcan una comunicación más directa con sus clientes mediante redes sociales, sitios web, plataformas de comercio electrónico y campañas digitales. Esto ha facilitado que incluso los pequeños emprendimientos puedan promocionar sus productos con inversiones más accesibles y segmentar sus mensajes hacia públicos específicos.

Dentro del ámbito empresarial, la publicidad no solo tiene como finalidad incrementar las ventas, sino también construir una imagen positiva de la marca, generar confianza entre los consumidores y diferenciar a la empresa de sus competidores. Una estrategia publicitaria bien planificada permite fortalecer la identidad corporativa y consolidar relaciones duraderas con los clientes.

En el caso de Creaciones Melline & Accesorios, la publicidad desempeña un papel fundamental para apoyar la apertura del establecimiento físico, ya que permitirá dar a conocer la ubicación del local, promover los productos artesanales, atraer nuevos clientes y fortalecer el reconocimiento de la marca en la ciudad de Santiago de

Veraguas. La combinación de medios tradicionales y digitales contribuirá a incrementar la visibilidad del emprendimiento y a consolidar su posicionamiento dentro del mercado artesanal.

2.2.2 Mercadeo

El mercadeo constituye un proceso estratégico mediante el cual las organizaciones identifican las necesidades y deseos de los consumidores para ofrecer productos o servicios que generen valor y satisfagan sus expectativas. Más allá de la venta, el mercadeo comprende un conjunto de actividades orientadas a establecer relaciones duraderas con los clientes y alcanzar los objetivos organizacionales.

El mercadeo consiste en identificar, crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los consumidores, las organizaciones y la sociedad. Esta definición destaca que el éxito empresarial depende de comprender el comportamiento del mercado y desarrollar estrategias capaces de responder a las necesidades de los clientes.

El mercadeo integra diferentes elementos, entre ellos la investigación de mercados, la segmentación, el análisis del consumidor, el desarrollo de productos, la fijación de precios, la distribución y la promoción. La adecuada combinación de estos componentes permite a las empresas mejorar su competitividad y adaptarse a un entorno comercial cada vez más dinámico.

En los pequeños emprendimientos, el mercadeo representa una herramienta esencial para incrementar la visibilidad, fortalecer el posicionamiento y generar ventajas competitivas frente a otros negocios. La aplicación de estrategias adecuadas favorece el crecimiento sostenible de la empresa y facilita la construcción de relaciones de confianza con los consumidores.

En la presente investigación, el mercadeo constituye uno de los pilares fundamentales para el diseño de la propuesta dirigida a Creaciones Melline & Accesorios, ya que permitirá identificar las necesidades del mercado, definir el público objetivo y desarrollar estrategias orientadas a apoyar la apertura de un establecimiento físico y fortalecer la presencia del emprendimiento en Santiago de Veraguas.

2.2.3 Estrategias de publicidad

Las estrategias de publicidad constituyen un conjunto de acciones planificadas que permiten a las organizaciones comunicar de manera efectiva sus productos, servicios o marcas al público objetivo. Su finalidad es captar la atención de los consumidores, generar interés, influir en la decisión de compra y fortalecer el posicionamiento de la empresa dentro del mercado.

Una estrategia publicitaria debe diseñarse considerando los objetivos de comunicación de la empresa, el público al que se dirige, el mensaje que se desea transmitir, los medios de difusión y el presupuesto disponible. Estos elementos permiten desarrollar campañas publicitarias coherentes con las necesidades del mercado y con la identidad de la organización.

Las estrategias de publicidad pueden implementarse mediante medios tradicionales, como la televisión, la radio, la prensa escrita, los volantes y las vallas publicitarias, así como a través de medios digitales, incluyendo redes sociales, páginas web, correo electrónico y publicidad en plataformas digitales. La combinación de ambos tipos de medios permite ampliar el alcance de los mensajes y mejorar la interacción con los consumidores.

Para los emprendimientos, el diseño de estrategias publicitarias representa una oportunidad para incrementar su visibilidad y competir en mercados donde existen empresas con mayor trayectoria. Una adecuada planificación permite optimizar los recursos disponibles, fortalecer la imagen corporativa y generar mayor reconocimiento de la marca entre los clientes potenciales.

En el caso de Creaciones Melline & Accesorios, el diseño de estrategias de publicidad constituye uno de los principales objetivos de esta investigación. La propuesta estará orientada a promocionar la apertura del establecimiento físico mediante campañas de expectativa e inauguración, publicidad en redes sociales, materiales impresos y piezas gráficas que fortalezcan la identidad visual del emprendimiento y favorezcan su posicionamiento en Santiago de Veraguas.

2.2.4 Estrategias de mercadeo

Las estrategias de mercadeo son planes de acción desarrollados por una organización para alcanzar sus objetivos comerciales mediante la identificación de oportunidades de mercado y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Estas estrategias permiten establecer ventajas competitivas, fortalecer la relación con los clientes y contribuir al crecimiento sostenible de la empresa.

Una estrategia de mercadeo comprende la selección del mercado objetivo y el diseño de una propuesta de valor que permita atraer, satisfacer y fidelizar a los consumidores. Para ello, las organizaciones deben analizar el comportamiento del mercado, las características del público objetivo y las acciones desarrolladas por la competencia.

Uno de los elementos más importantes dentro de las estrategias de mercadeo es la mezcla de marketing o *marketing mix*, conocida como las 4P: producto, precio, plaza y promoción. La adecuada integración de estos elementos facilita la comercialización de bienes y servicios, mejora la experiencia del cliente y favorece el logro de los objetivos organizacionales.

En los emprendimientos artesanales, las estrategias de mercadeo adquieren especial importancia debido a la necesidad de diferenciar los productos mediante su valor cultural, calidad y autenticidad. Además, permiten identificar oportunidades para ampliar los canales de distribución, fortalecer la comunicación con los consumidores y desarrollar acciones promocionales que incrementen la competitividad del negocio.

En la presente investigación, las estrategias de mercadeo servirán como base para elaborar una propuesta dirigida a Creaciones Meline & Accesorios, considerando aspectos como la definición del público objetivo, el posicionamiento de la marca, las acciones promocionales, la comunicación comercial y el diseño de estrategias orientadas a respaldar la apertura de un establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

2.2.5 Marketing digital

El marketing digital es el conjunto de estrategias y acciones de mercadeo que utilizan medios y plataformas digitales para promocionar productos, servicios o marcas, con el propósito de atraer clientes, fortalecer las relaciones con los consumidores e incrementar las ventas. El desarrollo de las tecnologías de la información y el crecimiento del uso de internet han convertido al marketing digital en una herramienta indispensable para las organizaciones, especialmente para los pequeños y medianos emprendimientos que buscan ampliar su alcance con inversiones accesibles.

El marketing digital permite a las empresas interactuar con los consumidores de manera inmediata, personalizada y bidireccional, facilitando la creación de relaciones de confianza y la generación de experiencias de compra más satisfactorias. A diferencia del marketing tradicional, el entorno digital ofrece la posibilidad de medir los resultados de cada campaña mediante indicadores que permiten evaluar su efectividad y realizar ajustes cuando sea necesario.

Entre las principales herramientas del marketing digital se encuentran las redes sociales, el correo electrónico, las páginas web, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO), la publicidad digital (SEM), el marketing de contenidos y las plataformas de comercio electrónico. Estas herramientas permiten segmentar el mercado, dirigir los mensajes a públicos específicos y optimizar los recursos destinados a la promoción.

Para los emprendimientos artesanales, el marketing digital representa una oportunidad para dar a conocer sus productos, fortalecer su identidad de marca y mantener una comunicación constante con los clientes. La utilización de plataformas como Instagram y Facebook facilita la exhibición de los productos mediante fotografías, videos y contenido interactivo, incrementando el interés de los consumidores y favoreciendo la decisión de compra.

En la presente investigación, el marketing digital constituye uno de los principales elementos para el diseño de la propuesta de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios, ya que permitirá fortalecer la presencia digital del

emprendimiento, promocionar la apertura del establecimiento físico y mantener una comunicación permanente con los clientes actuales y potenciales.

2.2.6 Branding

El branding es un proceso estratégico orientado a la construcción, desarrollo y gestión de una marca, con el propósito de diferenciarla de la competencia y generar una percepción positiva en la mente de los consumidores. Más que un logotipo o un nombre comercial, el branding comprende todos los elementos que conforman la identidad y personalidad de una organización, incluyendo sus valores, imagen, comunicación y experiencia ofrecida al cliente.

Uno de los principales referentes en el estudio de las marcas, el branding permite crear activos que fortalecen el valor de una empresa, como el reconocimiento, la lealtad de los clientes, la calidad percibida y las asociaciones positivas vinculadas con la marca. Estos elementos contribuyen a generar ventajas competitivas sostenibles y a consolidar relaciones duraderas con los consumidores.

El branding integra diversos componentes, entre ellos la identidad visual, el posicionamiento, el tono de comunicación, la propuesta de valor y la experiencia del cliente. Cuando estos elementos son gestionados de manera coherente, permiten transmitir confianza, credibilidad y diferenciación, favoreciendo el crecimiento y la permanencia de la organización en el mercado.

En los emprendimientos, el branding desempeña un papel fundamental porque facilita la construcción de una identidad propia que permita destacar frente a otros negocios similares. Una marca bien desarrollada transmite profesionalismo, fortalece el reconocimiento y genera mayor recordación entre los consumidores, factores que influyen positivamente en la decisión de compra.

En el caso de Creaciones Meline & Accesorios, el branding será un componente esencial dentro de la propuesta de investigación, ya que contribuirá al fortalecimiento de la identidad de la marca mediante el diseño de estrategias de comunicación, materiales promocionales y elementos visuales que permitan consolidar una imagen coherente para la apertura del establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

2.2.7 Identidad corporativa

La identidad corporativa constituye el conjunto de elementos visuales, comunicacionales y organizacionales que permiten identificar y diferenciar a una empresa frente a sus competidores. Comprende aspectos como el nombre comercial, logotipo, colores institucionales, tipografía, eslogan, valores, misión, visión y todos aquellos elementos que proyectan la personalidad de la organización hacia sus públicos de interés.

La identidad corporativa representa la esencia de una organización, ya que refleja quién es, qué hace y cómo desea ser percibida por la sociedad. Una identidad bien definida favorece la coherencia entre la imagen proyectada y los valores institucionales, fortaleciendo la confianza y la credibilidad de la empresa.

La identidad corporativa no se limita únicamente al diseño del logotipo. También incluye la forma en que la empresa se comunica con sus clientes, la presentación de sus productos, la decoración de sus instalaciones, la imagen del personal y todos aquellos elementos que forman parte de la experiencia del consumidor. La coherencia entre estos componentes permite consolidar una imagen sólida y fácilmente reconocible.

Para los emprendimientos, una adecuada identidad corporativa facilita el reconocimiento de la marca y contribuye a diferenciar sus productos en mercados cada vez más competitivos. Asimismo, fortalece el posicionamiento comercial y favorece la fidelización de los clientes, quienes suelen asociar una identidad visual profesional con mayor calidad y confianza.

En el caso de Creaciones Meline & Accesorios, el fortalecimiento de la identidad corporativa será un elemento fundamental dentro de la propuesta de investigación, ya que permitirá proyectar una imagen profesional mediante el diseño de elementos gráficos coherentes con la cultura artesanal ocueña. La propuesta incluirá aplicaciones de la identidad visual en el establecimiento físico, materiales promocionales, redes sociales y demás recursos de comunicación, con el propósito de consolidar el reconocimiento de la marca en Santiago de Veraguas.

2.2.8 Posicionamiento de marca

El posicionamiento de marca es el lugar que una empresa, producto o servicio ocupa en la mente del consumidor en comparación con las demás opciones disponibles en el mercado. Se trata de un proceso estratégico mediante el cual las organizaciones buscan diferenciarse de la competencia, resaltando atributos, beneficios y características que generen valor para el público objetivo.

El posicionamiento consiste en diseñar la oferta y la imagen de una organización para que ocupen un lugar distintivo y valioso en la mente de los consumidores. Un posicionamiento efectivo permite que la marca sea fácilmente recordada y asociada con cualidades específicas, incrementando las probabilidades de ser elegida durante el proceso de compra.

El posicionamiento se construye mediante la aplicación de diversas estrategias relacionadas con la calidad del producto, la atención al cliente, la identidad visual, la comunicación comercial y la experiencia de compra. Estos factores influyen directamente en la percepción que los consumidores desarrollan acerca de una marca y en el nivel de preferencia que manifiestan frente a otras alternativas.

En los emprendimientos artesanales, el posicionamiento adquiere una importancia especial debido a la necesidad de destacar el valor cultural, la autenticidad y la exclusividad de los productos ofrecidos. Una adecuada estrategia de posicionamiento permite comunicar la esencia de la marca, fortalecer su identidad y generar una conexión emocional con los consumidores.

Para Creaciones Melline & Accesorios, el posicionamiento representa uno de los principales objetivos de la presente investigación, ya que las estrategias de publicidad y mercadeo estarán orientadas a fortalecer el reconocimiento de la marca, incrementar su presencia en el mercado local y consolidar su imagen como un emprendimiento especializado en artesanías y accesorios típicos ocueños elaborados de forma artesanal.

2.2.9 Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor hace referencia al conjunto de procesos, decisiones y acciones que realizan las personas al momento de buscar, seleccionar,

adquirir, utilizar y evaluar productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos. El estudio de este comportamiento permite comprender los factores que influyen en la decisión de compra y facilita el diseño de estrategias de mercadeo más efectivas.

El comportamiento del consumidor está influenciado por factores culturales, sociales, personales y psicológicos, los cuales determinan las preferencias, motivaciones y hábitos de compra de cada individuo. Comprender estos factores resulta esencial para desarrollar productos y estrategias de comunicación acordes con las expectativas del mercado.

Entre los factores culturales se encuentran las costumbres, tradiciones y valores que caracterizan a una sociedad. Los factores sociales incluyen la influencia de la familia, amigos y grupos de referencia. Los factores personales abarcan aspectos como la edad, el nivel educativo, la ocupación y los ingresos económicos, mientras que los factores psicológicos comprenden la motivación, la percepción, el aprendizaje y las actitudes del consumidor.

En el caso de los emprendimientos artesanales, conocer el comportamiento del consumidor permite identificar las razones por las cuales las personas adquieren productos típicos, los medios de comunicación que utilizan con mayor frecuencia y los aspectos que valoran al momento de realizar una compra, como la calidad, el diseño, la autenticidad y el precio.

En esta investigación, el análisis del comportamiento del consumidor permitirá identificar las necesidades y preferencias del mercado objetivo de Creaciones Meline & Accesorios. La información obtenida mediante las encuestas servirá de base para diseñar estrategias de publicidad y mercadeo orientadas a satisfacer las expectativas de los clientes y fortalecer el posicionamiento del futuro establecimiento físico.

2.2.10 Diseño gráfico

El diseño gráfico es una disciplina que integra elementos visuales y comunicacionales con el propósito de transmitir mensajes de manera clara, creativa y efectiva. A través de la combinación de imágenes, tipografías, colores, formas y

composiciones, el diseño gráfico facilita la comunicación entre las organizaciones y sus públicos, contribuyendo a la construcción de una identidad visual sólida y al fortalecimiento de la imagen de marca.

El diseño gráfico constituye un proceso creativo basado en la organización de los elementos visuales de manera armónica, con el objetivo de comunicar información de forma eficiente. La correcta aplicación de principios como el equilibrio, el contraste, la jerarquía visual, la proporción y la unidad permite desarrollar composiciones que capten la atención del receptor y faciliten la comprensión del mensaje.

El diseño no consiste únicamente en crear elementos estéticos, sino en resolver problemas de comunicación mediante soluciones funcionales que respondan a las necesidades de los usuarios. Desde esta perspectiva, el diseño gráfico representa una herramienta estratégica que contribuye al desarrollo de marcas más competitivas y capaces de diferenciarse en el mercado.

En el ámbito empresarial, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la construcción de la identidad visual de una organización. Elementos como el logotipo, la papelería corporativa, los empaques, la señalización, los anuncios publicitarios, las publicaciones para redes sociales y el diseño de los puntos de venta forman parte de una estrategia integral de comunicación visual que fortalece el reconocimiento de la marca y genera una experiencia positiva para los consumidores.

En los emprendimientos, el diseño gráfico adquiere una importancia aún mayor debido a que constituye uno de los principales medios para transmitir profesionalismo, confianza y calidad. Una identidad visual bien desarrollada facilita el reconocimiento de la empresa, mejora la percepción del consumidor y contribuye a incrementar la competitividad frente a otros negocios del mismo sector.

En la presente investigación, el diseño gráfico representa uno de los pilares fundamentales para la elaboración de la propuesta dirigida a Creaciones Melline & Accesorios. Se desarrollarán elementos visuales orientados a fortalecer la identidad de la marca y apoyar la apertura del establecimiento físico, incluyendo aplicaciones en redes sociales, materiales publicitarios, señalización, empaques, fachada del

local y demás recursos gráficos que permitan proyectar una imagen coherente, atractiva y profesional.

2.2.11 Comunicación visual

La comunicación visual es el proceso mediante el cual se transmiten ideas, mensajes e información utilizando elementos gráficos y recursos visuales que facilitan la interpretación por parte del receptor. Su finalidad es lograr una comunicación efectiva mediante imágenes, símbolos, colores, tipografías, ilustraciones y demás componentes que favorezcan la comprensión y recordación del mensaje.

La comunicación visual constituye un lenguaje que utiliza principios del diseño para organizar la información de manera clara y atractiva, permitiendo que el receptor interprete los mensajes de forma rápida y eficiente. La adecuada utilización de los elementos visuales influye directamente en la percepción, las emociones y el comportamiento de las personas.

Los principales elementos de la comunicación visual incluyen el color, la forma, la línea, la textura, la tipografía, el espacio y la composición. Cada uno de estos componentes cumple una función específica dentro del diseño y contribuye a generar experiencias visuales que fortalecen la identidad de una marca y favorecen el cumplimiento de los objetivos de comunicación.

En el ámbito publicitario, la comunicación visual desempeña un papel esencial porque permite captar la atención del público objetivo en un corto período de tiempo. La correcta integración de imágenes y mensajes facilita la recordación de la marca, incrementa el interés de los consumidores y mejora la efectividad de las campañas publicitarias.

Para los emprendimientos artesanales, la comunicación visual constituye una herramienta estratégica para destacar el valor cultural y la autenticidad de los productos ofrecidos. La utilización de elementos gráficos inspirados en las tradiciones locales permite construir una identidad diferenciada que fortalece la conexión emocional con los consumidores y resalta el carácter artesanal de la marca.

En el caso de Creaciones Melline & Accesorios, la comunicación visual será uno de los principales recursos para fortalecer el posicionamiento del emprendimiento. La propuesta contemplará el desarrollo de piezas gráficas, publicaciones para redes sociales, material promocional y elementos visuales para el establecimiento físico, con el propósito de proyectar una imagen profesional y coherente que contribuya al reconocimiento de la marca en Santiago de Veraguas.

2.2.12 Redes sociales como herramienta de mercadeo

Las redes sociales se han consolidado como una de las herramientas de mercadeo más importantes para las organizaciones debido a su capacidad para establecer una comunicación directa, inmediata e interactiva con los consumidores. Plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp Business permiten promocionar productos, fortalecer la imagen de marca, generar comunidades digitales y mantener una relación constante con los clientes.

Las redes sociales forman parte de la evolución del marketing digital, ya que facilitan la participación activa de los consumidores en la comunicación de las marcas y permiten crear experiencias personalizadas que fortalecen la confianza y la fidelización. Además, ofrecen la posibilidad de segmentar audiencias, medir el rendimiento de las campañas y optimizar las estrategias de comunicación.

Las redes sociales permiten compartir fotografías, videos, historias, transmisiones en vivo y contenido interactivo que incrementa el alcance de las publicaciones y favorece la interacción con los usuarios. Asimismo, constituyen un canal eficiente para brindar atención al cliente, responder consultas, promocionar nuevos productos y fortalecer la reputación de la empresa.

En los pequeños emprendimientos, estas plataformas representan una alternativa accesible para competir con empresas de mayor tamaño, ya que requieren inversiones menores que los medios tradicionales y ofrecen la posibilidad de llegar a públicos específicos mediante campañas publicitarias segmentadas.

Actualmente, Creaciones Melline & Accesorios utiliza Instagram como su principal canal de promoción y comercialización. En este sentido, la presente investigación propondrá estrategias orientadas a fortalecer la gestión de las redes sociales

mediante un calendario de publicaciones, campañas promocionales, contenido audiovisual y acciones de interacción con los seguidores, complementando estas actividades con la apertura del establecimiento físico para ofrecer una experiencia de compra integral.

2.2.13 Emprendimientos artesanales

Los emprendimientos artesanales representan una forma de actividad económica basada en la elaboración y comercialización de productos realizados principalmente de manera manual, utilizando conocimientos, técnicas y tradiciones transmitidas de generación en generación. Estos emprendimientos no solo contribuyen al desarrollo económico de las comunidades, sino que también desempeñan un papel importante en la conservación del patrimonio cultural y la identidad de cada región.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022), la artesanía constituye una manifestación del patrimonio cultural inmaterial, ya que refleja los conocimientos, habilidades y expresiones tradicionales de los pueblos. Además de su valor cultural, las artesanías representan una fuente de ingresos para miles de familias y fortalecen el desarrollo del turismo y la economía local.

Los emprendimientos artesanales enfrentan diversos desafíos relacionados con la comercialización, la competencia y el posicionamiento de sus productos en el mercado. En muchos casos, la limitada aplicación de estrategias de publicidad y mercadeo reduce sus oportunidades de crecimiento, dificultando la captación de nuevos clientes y la consolidación de una marca reconocida.

Por esta razón, resulta indispensable que los emprendimientos artesanales incorporen herramientas de mercadeo, comunicación y diseño gráfico que les permitan diferenciarse de la competencia y destacar el valor agregado de sus productos. La combinación de estrategias tradicionales y digitales favorece la promoción de las artesanías, incrementa la visibilidad de los negocios y fortalece las relaciones con los consumidores.

En el caso de Creaciones Meline & Accesorios, el emprendimiento se dedica a la confección completamente artesanal de marcados típicos ocueños tejidos en

crochet, además de la comercialización de accesorios relacionados con la cultura y la moda. La propuesta de investigación busca fortalecer este emprendimiento mediante el diseño de estrategias de publicidad y mercadeo que contribuyan a preservar la tradición artesanal, ampliar el alcance de la marca y apoyar la apertura de un establecimiento físico en Santiago de Veraguas.

2.2.14 Establecimiento físico como estrategia comercial

Un establecimiento físico constituye un espacio destinado a la exhibición, promoción y comercialización permanente de productos o servicios. Más allá de ser un punto de venta, representa un elemento estratégico que fortalece la presencia de una empresa en el mercado, mejora la experiencia de compra de los consumidores y contribuye al posicionamiento de la marca.

El punto de venta forma parte de la estrategia de distribución de una organización y desempeña un papel fundamental en la generación de valor para el cliente. La ubicación, el diseño del establecimiento, la distribución de los espacios y la experiencia ofrecida durante la compra influyen directamente en la percepción que los consumidores desarrollan sobre una empresa.

La apertura de un establecimiento físico proporciona múltiples beneficios para los emprendimientos. Entre ellos se destacan el incremento de la visibilidad de la marca, la posibilidad de exhibir permanentemente los productos, el fortalecimiento de la confianza de los consumidores y la creación de una experiencia de compra más personalizada. Asimismo, facilita la fidelización de los clientes y contribuye a mejorar la competitividad del negocio frente a otros comercios.

En la actualidad, muchas empresas combinan la comercialización digital con la atención presencial, desarrollando un modelo de negocio omnicanal que permite ofrecer mayor comodidad al consumidor. Esta integración favorece el crecimiento empresarial al ampliar los canales de venta y mejorar la comunicación con los clientes.

Para Creaciones Melline & Accesorios, la apertura de un establecimiento físico representa una oportunidad para consolidar su crecimiento comercial y fortalecer el reconocimiento de la marca en la ciudad de Santiago de Veraguas. La existencia de

un local permitirá exhibir de forma permanente las artesanías y accesorios típicos ocueños, brindar una atención personalizada y generar una experiencia de compra que complemente las ventas realizadas mediante redes sociales y la participación en ferias artesanales. En este sentido, las estrategias de publicidad y mercadeo propuestas en esta investigación estarán orientadas a respaldar la apertura del establecimiento y a posicionar el emprendimiento como un referente en la comercialización de productos artesanales en la región.

2.3 Variables de la investigación

Toda investigación requiere la identificación de las variables que serán objeto de estudio, ya que estas permiten orientar el proceso de recolección, análisis e interpretación de la información. En la presente investigación se consideran una variable independiente y una variable dependiente, las cuales guardan una relación directa con el problema planteado y con los objetivos del estudio.

La variable independiente corresponde a las estrategias de publicidad y mercadeo, entendidas como el conjunto de acciones de comunicación y comercialización orientadas a fortalecer la presencia y el posicionamiento del emprendimiento. La variable dependiente está representada por la apertura del establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios, la cual se busca fortalecer mediante la propuesta de estrategias desarrollada en esta investigación.

2.3.1 Definición conceptual de las variables

2.3.1.1 Variable independiente: Estrategias de publicidad y mercadeo

Las estrategias de publicidad y mercadeo son un conjunto de acciones planificadas que una organización desarrolla con el propósito de comunicar el valor de sus productos o servicios, atraer clientes, fortalecer el posicionamiento de la marca y alcanzar sus objetivos comerciales. Estas estrategias integran actividades relacionadas con la publicidad, la promoción, la comunicación comercial, el marketing digital y el análisis del mercado, permitiendo establecer ventajas competitivas y generar relaciones duraderas con los consumidores.

En la presente investigación, esta variable se orienta al diseño de estrategias de publicidad y mercadeo para apoyar la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas.

2.3.1.2 Variable dependiente: Apertura de un establecimiento físico

La apertura de un establecimiento físico consiste en la creación de un espacio comercial permanente destinado a la exhibición, promoción y venta de productos o servicios. Un establecimiento físico permite fortalecer la presencia de una empresa en el mercado, mejorar la experiencia de compra de los consumidores y consolidar el posicionamiento de la marca mediante un contacto directo con los clientes.

En esta investigación, la apertura del establecimiento físico representa el resultado esperado de la propuesta de estrategias de publicidad y mercadeo, con el propósito de fortalecer el crecimiento y la competitividad de Creaciones Melline & Accesorios.

2.3.2 Definición operacional de las variables

2.3.2.1 Variable independiente: Estrategias de publicidad y mercadeo

Operacionalmente, esta variable será evaluada mediante indicadores relacionados con el conocimiento de la marca, el uso de redes sociales, la publicidad, la promoción, la identidad visual, el posicionamiento y las preferencias de los consumidores respecto a los medios de comunicación utilizados por el emprendimiento. La información será obtenida mediante encuestas aplicadas a consumidores potenciales del mercado objetivo.

2.3.2.2 Variable dependiente: Apertura de un establecimiento físico

Esta variable será medida a partir de indicadores relacionados con el interés de los consumidores en visitar un establecimiento físico, la percepción sobre la importancia de contar con un punto de venta permanente, la frecuencia de compra, la ubicación preferida, la experiencia de compra y las expectativas de los clientes respecto a los servicios que ofrecería el establecimiento.

2.4 Glosario de términos

- **Branding:** Proceso estratégico mediante el cual se construye, gestiona y fortalece una marca para generar reconocimiento, diferenciación y valor en la mente de los consumidores.
- **Comercialización:** Conjunto de actividades orientadas a la distribución, promoción y venta de productos o servicios para satisfacer las necesidades del mercado.
- **Comunicación visual:** Proceso de transmisión de información mediante elementos gráficos como imágenes, colores, símbolos, tipografías y composiciones visuales.
- **Consumidor:** Persona que adquiere o utiliza un producto o servicio para satisfacer una necesidad o deseo.
- **Diseño gráfico:** Disciplina que utiliza elementos visuales para comunicar mensajes de forma creativa y funcional, contribuyendo a la identidad y promoción de una marca.
- **Emprendimiento:** Iniciativa empresarial creada con el propósito de ofrecer productos o servicios, generar valor y satisfacer necesidades del mercado.
- **Estrategias de mercadeo:** Acciones planificadas que permiten atraer, satisfacer y fidelizar clientes mediante el análisis del mercado y el desarrollo de propuestas de valor.
- **Estrategias de publicidad:** Conjunto de acciones de comunicación dirigidas a informar, persuadir y recordar a los consumidores acerca de un producto, servicio o marca.
- **Identidad corporativa:** Conjunto de elementos visuales y conceptuales que identifican a una organización y la diferencian de sus competidores.
- **Imagen de marca:** Percepción que tienen los consumidores sobre una empresa, producto o servicio a partir de sus experiencias y de la comunicación de la organización.
- **Marketing digital:** Aplicación de estrategias de mercadeo mediante plataformas digitales como redes sociales, sitios web, correo electrónico y publicidad en línea.

- Mercadeo: Proceso mediante el cual una organización identifica las necesidades de los consumidores y desarrolla estrategias para satisfacerlas, generando valor para ambas partes.
- Posicionamiento: Lugar que ocupa una marca en la mente del consumidor con relación a sus competidores.
- Publicidad: Herramienta de comunicación utilizada para promover productos, servicios o marcas mediante mensajes dirigidos a un público objetivo.
- Redes sociales: Plataformas digitales que facilitan la comunicación, interacción y promoción entre organizaciones y consumidores.
- Segmentación de mercado: Proceso de dividir un mercado en grupos de consumidores con características y necesidades similares para dirigir estrategias específicas.
- Tienda física o establecimiento físico: Espacio comercial permanente destinado a la exhibición, promoción y venta de productos, donde los clientes pueden recibir atención personalizada y realizar sus compras de forma presencial.

CAPÍTULO 3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación se desarrollará mediante un diseño no experimental, debido a que las variables serán estudiadas en su contexto natural sin manipulación por parte de la investigadora. Se recopilará información sobre la situación actual de Creaciones Meline & Accesorios, las preferencias de los consumidores y las estrategias de publicidad y mercadeo, con el propósito de diseñar una propuesta para la apertura de un establecimiento físico. Asimismo, el estudio será de corte transversal, ya que la información será recolectada en un único momento durante el desarrollo de la investigación.

3.2 Población y/o muestra (o Universo de estudio)

- Población

La población de estudio estará conformada por los clientes potenciales interesados en la compra de artesanías y accesorios típicos ocuñeos en la ciudad de Santiago de Veraguas. Esta población incluye personas mayores de edad que puedan constituirse en consumidores del futuro establecimiento físico de Creaciones Meline & Accesorios.

- Muestra

La muestra estará integrada por 20 clientes potenciales, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la accesibilidad y disponibilidad de los participantes durante el período de recolección de datos. La selección de este tipo de muestra permitirá obtener información relevante sobre las preferencias, hábitos de compra y percepción de los consumidores, la cual servirá como base para el diseño de la propuesta de publicidad y mercadeo.

3.2.1 Cálculo del muestreo

Para el desarrollo de la presente investigación no se realizó un cálculo estadístico de la muestra, debido a que se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia. La muestra estuvo conformada por 20 clientes potenciales,

seleccionados por su disponibilidad y facilidad de acceso durante el proceso de aplicación de las encuestas. La elección de este tipo de muestreo se considera adecuada para investigaciones aplicadas de alcance descriptivo, ya que permite obtener información relevante sobre las características del mercado objetivo y sustentar el diseño de la propuesta de publicidad y mercadeo.

3.3 Descripción del instrumento (Se aplica según el campo de estudio)

Para la recolección de datos, la técnica utilizada en esta investigación será la encuesta, debido a que permite obtener información directa de los clientes potenciales sobre sus necesidades, preferencias y opiniones relacionadas con la compra de artesanías y accesorios típicos. Como instrumento se empleará un cuestionario estructurado, conformado por 10 preguntas, distribuidas entre preguntas cerradas y una pregunta abierta. Las preguntas cerradas facilitarán el análisis estadístico de los datos, mientras que la pregunta abierta permitirá conocer las opiniones y sugerencias de los participantes respecto a la apertura del establecimiento físico.

3.4 Procedimiento de la investigación

La recolección de la información se realizará siguiendo las siguientes etapas:

- Elaboración del cuestionario de encuesta.
- Revisión del instrumento para verificar la claridad de las preguntas.
- Aplicación de la encuesta a 20 clientes potenciales en Santiago de Veraguas.
- Organización y tabulación de la información obtenida.
- Análisis e interpretación de los resultados para fundamentar la propuesta de estrategias de publicidad y mercadeo.

Encuesta sobre el Proyecto de Publicidad y Diseño Gráfico de Creaciones Melline & Accesorios

Edad

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46 años o más

Sexo

- Femenino
- Masculino

1. ¿Compra usted artesanías o accesorios típicos panameños?
 - Sí
 - No
2. ¿Con qué frecuencia compra este tipo de productos?
 - Semanalmente
 - Mensualmente
 - Cada seis meses
 - Ocasionalmente
3. ¿Dónde acostumbra adquirir artesanías y accesorios típicos?
 - Ferias
 - Redes sociales
 - Tiendas físicas
 - Emprendedores independientes
 - Otros: _____
4. ¿Considera importante que exista un establecimiento físico donde se vendan artesanías y accesorios típicos ocueños en Santiago de Veraguas?
 - Muy importante
 - Importante

- Poco importante
 - Nada importante
5. ¿Qué aspecto considera más importante al momento de comprar una artesanía?
- Calidad
 - Precio
 - Diseño
 - Originalidad
 - Atención al cliente
6. ¿Por cuál medio le gustaría recibir información sobre promociones y nuevos productos?
- Instagram
 - Facebook
 - WhatsApp
 - TikTok
 - Otros: _____
7. ¿Visitaría un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en Santiago de Veraguas?
- Sí
 - No
8. ¿Qué sugerencias daría para que un establecimiento de artesanías y accesorios típicos sea más atractivo para los clientes?

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

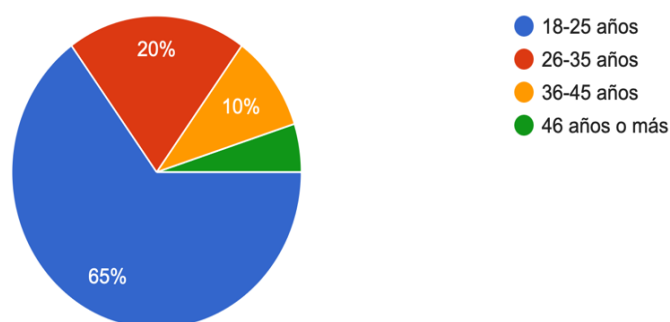
En este capítulo se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de una encuesta a 20 clientes potenciales interesados en la compra de artesanías y accesorios típicos ocueños en la ciudad de Santiago de Veraguas. La información recopilada fue organizada en tablas de frecuencia y representada mediante gráficos estadísticos, con el propósito de analizar las preferencias, los hábitos de compra y las opiniones de los participantes respecto a la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Meline & Accesorios.

Los resultados obtenidos servirán como base para el diseño de las estrategias de publicidad y mercadeo propuestas en la presente investigación.

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

Gráfica 1

Edad
20 respuestas



Análisis:

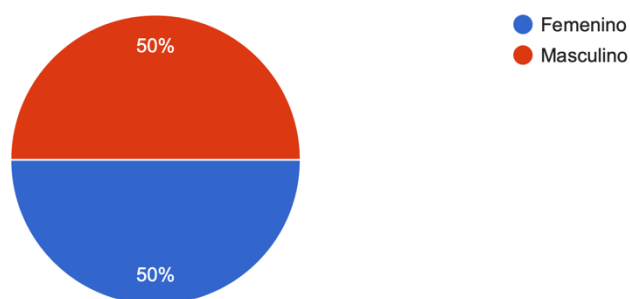
- 18–25 años: 65 %
- 26–35 años: 20 %
- 36–45 años: 10 %
- 46 años o más: 5 %

Interpretación:

La mayoría de los participantes se encuentra entre los 18 y 25 años, con un 65 % del total, mientras que los demás grupos de edad presentan porcentajes menores. Estos resultados indican que la muestra está conformada principalmente por adultos jóvenes, por lo que sus características y preferencias deben considerarse en el diseño de las estrategias de publicidad y mercadeo de Creaciones Meline & Accesorios.

Gráfica 2

Sexo
20 respuestas



Análisis:

- Femenino: 50 %
- Masculino: 50 %

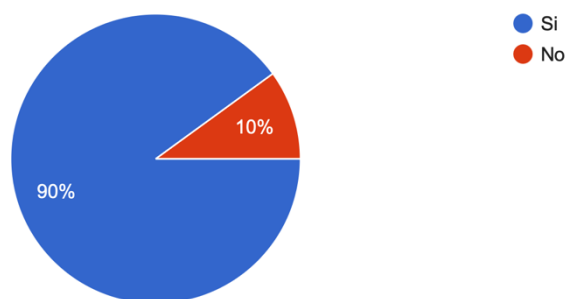
Interpretación:

Existe una distribución equitativa entre los participantes de sexo femenino y masculino, con un 50 % para cada grupo. Esta distribución permite considerar las opiniones de ambos grupos de manera equilibrada dentro de la muestra seleccionada.

Gráfica 3

¿Compra usted artesanías o accesorios típicos panameños?

20 respuestas



Análisis:

- Sí: 90 %
- No: 10 %

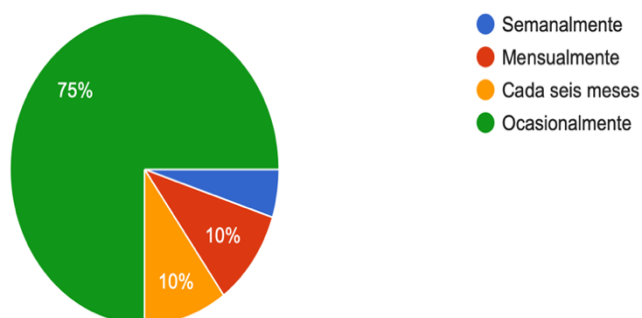
Interpretación:

La gran mayoría de los encuestados compra artesanías o accesorios típicos, lo que demuestra un alto interés por este tipo de productos y confirma la existencia de un mercado con potencial de crecimiento.

Gráfica 4

¿Con qué frecuencia compra este tipo de productos?

20 respuestas



Análisis:

- Ocasionalmente: 75 %
- Mensualmente: 10 %
- Cada seis meses: 10 %
- Semanalmente: 5 %

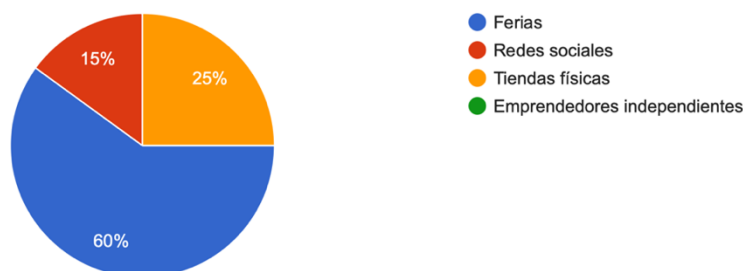
Interpretación:

Aunque existe interés por las artesanías, la compra suele realizarse de manera ocasional. Este resultado indica que los consumidores adquieren este tipo de productos con una frecuencia relativamente baja, lo que representa una oportunidad para desarrollar estrategias de promoción que incentiven una mayor frecuencia de compra.

Gráfica 5

¿Dónde acostumbra adquirir artesanías y accesorios típicos?

20 respuestas

***Análisis:***

- Ferias: 60 %
- Tiendas físicas: 25 %
- Redes sociales: 15 %
- Emprendedores independientes: 0 %

Interpretación:

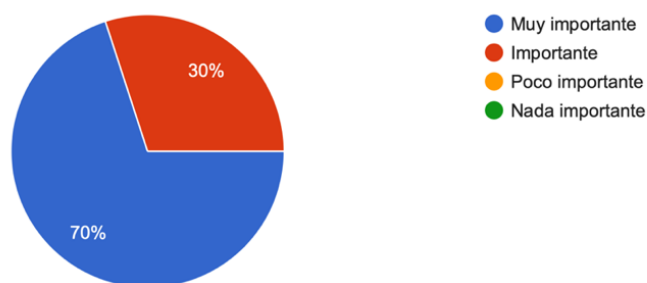
Las ferias representan el principal canal de compra de artesanías y accesorios

típicos, con un 60 % de las respuestas. Las tiendas físicas ocupan el segundo lugar, con un 25 %, lo que evidencia una oportunidad para establecer un local permanente.

Gráfica 6

¿Considera importante que exista un establecimiento físico donde se vendan artesanías y accesorios típicos ocueños en Santiago de Veraguas?

20 respuestas



Análisis:

- Muy importante: 70 %
- Importante: 30 %

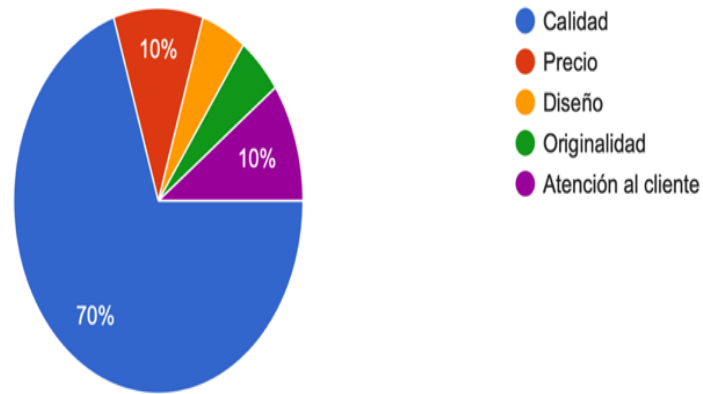
Interpretación:

El 100 % de los encuestados considera importante la existencia de un establecimiento físico donde se comercialicen artesanías y accesorios típicos ocueños en Santiago de Veraguas. Este resultado evidencia una alta aceptación de la propuesta de establecer un punto de venta permanente para este tipo de productos.

Gráfica 7

¿Qué aspecto considera más importante al momento de comprar una artesanía?

20 respuestas



Análisis:

- Calidad: 70 %
- Precio: 10 %
- Atención al cliente: 10 %
- Diseño: 5 %
- Originalidad: 5 %

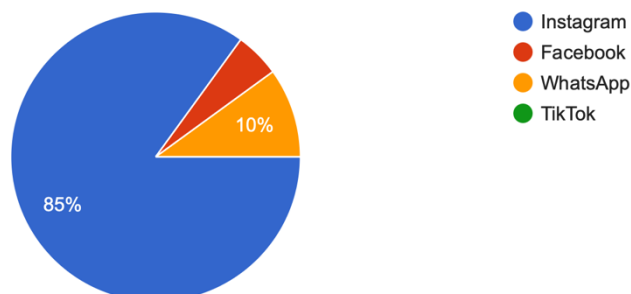
Interpretación:

La calidad es el principal factor que influye en la decisión de compra, con un 70 % de las respuestas. Esto indica que los consumidores valoran principalmente la calidad de los productos al momento de adquirir una artesanía, por lo que mantener altos estándares de calidad será fundamental para el éxito del negocio.

Gráfica 8

¿Por cuál medio le gustaría recibir información sobre promociones y nuevos productos?

20 respuestas



Análisis:

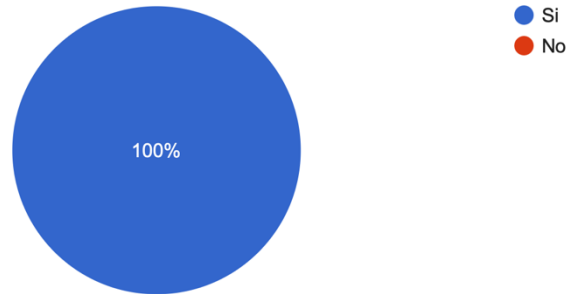
- Instagram: 85 %
- WhatsApp: 10 %
- Facebook: 5 %
- TikTok: 0 %

Interpretación:

Instagram es el medio preferido por los encuestados para recibir información sobre promociones y nuevos productos, con un 85 % de las respuestas. Este resultado indica que Instagram debería constituir uno de los principales canales de promoción del establecimiento. WhatsApp y Facebook podrían utilizarse como medios complementarios para fortalecer la comunicación con los clientes.

Gráfica 9

¿Visitaría un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en Santiago de Veraguas?
20 respuestas



Análisis:

- Sí: 100 %
- No: 0 %

Interpretación:

La totalidad de los encuestados manifestó que sí visitaría un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en Santiago de Veraguas. Este resultado demuestra un alto nivel de aceptación e interés por parte del público y evidencia una demanda potencial para este tipo de negocio. Además, indica que la apertura de un establecimiento físico podría ser bien recibida por los consumidores y representa una oportunidad para ofrecer artesanías y accesorios típicos en un espacio permanente.

¿Qué sugerencias daría para que un establecimiento de artesanías y accesorios típicos sea más atractivo para los clientes?

19 respuestas

- Brindar una excelente atención al cliente. Recibir a los visitantes con amabilidad.
- Conocer la historia y el proceso de elaboración de las artesanías para compartir esa información con los clientes. Ofrecer recomendaciones según los gustos o necesidades de cada persona.

- Que destaque la cultura local con una presentación atractiva y un trato cálido.
- Que estuviera céntrica y que tuviera todo bien ordenado y que tenga de todas las tallas de suéter.
- Que tuvieran una excelente atención al cliente y una gran variedad de productos y opciones de precio.
- Ofrecer variedad y diferentes precios. Contar con recuerdos económicos y también con piezas de mayor valor.
- Incluir productos exclusivos o personalizados para atraer distintos tipos de compradores.
- Mi sugerencia sería una buena atención al cliente y un lugar que sea muy acogedor y acorde con el cliente, fresco, agradable y pintoresco.
- Un espacio bonito, productos de calidad y una experiencia que invite a volver.
- Que destaque la artesanía, un ambiente amable, una buena atención y precios accesibles.
- Buena atención y productos de buena calidad.
- Organizar los productos por categorías y contar la historia detrás de cada pieza.
- Mejorar la experiencia de compra.
- Ofrecer empaques atractivos para regalos.
- Aceptar diferentes métodos de pago (efectivo, tarjetas y pagos digitales).
- Colocar música típica de fondo para crear un ambiente acogedor.
- Una buena atención y un ambiente agradable.
- Calidad de trabajo.
- Una buena ubicación.
- Música tradicional: reproducir melodías folclóricas suaves que acompañen la visita.
- Decoración cultural: utilizar murales, tejidos, máscaras o símbolos típicos de la región.
- Que esté en un lugar céntrico y accesible para visitarlos
- Su ubicación sea buena.

- Que ofrezca artesanías auténticas, una presentación atractiva y un ambiente amable.

Análisis:

Las respuestas abiertas destacan los siguientes aspectos que se repiten con frecuencia:

- Excelente atención al cliente.
- Ambiente agradable, acogedor y con identidad cultural.
- Productos de buena calidad y auténticos.
- Amplia variedad de artesanías y diferentes precios.
- Buena ubicación y fácil acceso.
- Organización y presentación atractiva de los productos.
- Decoración y música típica.
- Información sobre la historia de las artesanías.
- Diversos métodos de pago.
- Empaques para regalos y mejor experiencia de compra.

Interpretación:

Las sugerencias muestran que los consumidores no solo buscan comprar un producto, sino vivir una experiencia cultural. Un establecimiento que combine atención personalizada, ambiente típico, variedad, calidad y comodidad tendrá mayores posibilidades de atraer clientes y fidelizarlos.

4.2 Descripción del proyecto y presentación de resultados

4.2.1 Descripción del proyecto

La presente investigación tiene como finalidad diseñar estrategias de publicidad y mercadeo para la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas. El proyecto surge de la necesidad de fortalecer el posicionamiento del emprendimiento, incrementar su visibilidad en el mercado y ofrecer a los clientes un espacio permanente donde puedan adquirir artesanías y accesorios típicos ocueños elaborados de forma artesanal.

Actualmente, el emprendimiento comercializa sus productos principalmente a través de la red social Instagram, mediante pedidos personalizados y su participación en ferias artesanales. Sin embargo, la ausencia de un establecimiento físico limita la exhibición permanente de los productos y reduce las oportunidades de captar nuevos clientes.

Con base en la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas, se identificaron las preferencias, necesidades y hábitos de compra de los consumidores potenciales. Los resultados evidenciaron la importancia de implementar estrategias de publicidad y mercadeo orientadas a fortalecer la identidad de la marca, mejorar su posicionamiento y promover la apertura de un establecimiento físico que contribuya al crecimiento del emprendimiento.

La propuesta contempla el desarrollo de acciones de comunicación, marketing digital, diseño gráfico e identidad visual, con el propósito de incrementar el reconocimiento de Creaciones Meline & Accesorios, atraer nuevos clientes y consolidar su presencia en el mercado local.

CAPÍTULO 5 PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Introducción de la propuesta

La presente propuesta tiene como finalidad diseñar estrategias de publicidad y mercadeo para fortalecer el posicionamiento de Creaciones Melline & Accesorios y contribuir a la apertura de un establecimiento físico en la ciudad de Santiago de Veraguas.

La propuesta se fundamenta en los resultados obtenidos durante la investigación, los cuales evidenciaron la necesidad de implementar acciones que incrementen el reconocimiento de la marca, mejoren la comunicación con los clientes y promuevan la comercialización de las artesanías y accesorios típicos ocueños elaborados de forma artesanal.

A través de esta propuesta se busca integrar herramientas de publicidad, mercadeo y diseño gráfico para proyectar una imagen profesional del emprendimiento, atraer nuevos clientes y fortalecer la fidelización de los consumidores. Asimismo, se pretende aprovechar el uso de las redes sociales como medio de promoción y complementarlas con un establecimiento físico que permita ofrecer una experiencia de compra más cercana y personalizada.

La propuesta contempla el desarrollo de estrategias publicitarias, piezas gráficas, acciones de comunicación y actividades promocionales orientadas a posicionar a Creaciones Melline & Accesorios como un referente en la comercialización de artesanías y accesorios típicos ocueños en la provincia de Veraguas.

5.2 Justificación de la propuesta

La presente propuesta se desarrolla con el propósito de fortalecer el crecimiento y posicionamiento de Creaciones Melline & Accesorios, emprendimiento dedicado a la confección artesanal de marcados típicos ocueños tejidos en crochet, así como a la comercialización de carteras, perfumes, accesorios y collares.

Durante el desarrollo de la investigación se identificó que, aunque el emprendimiento mantiene presencia en redes sociales y participa en ferias artesanales, la ausencia de un establecimiento físico limita la exhibición permanente

de sus productos, reduce las oportunidades de captar nuevos clientes y dificulta el fortalecimiento de su imagen comercial.

La implementación de estrategias de publicidad y mercadeo permitirá mejorar el reconocimiento de la marca, incrementar su visibilidad en el mercado local y establecer una comunicación más efectiva con los consumidores. Asimismo, la apertura de un establecimiento físico brindará a los clientes un espacio accesible donde podrán conocer la variedad de productos, recibir atención personalizada y vivir una experiencia de compra más completa.

Desde el punto de vista académico, esta propuesta aplica los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Publicidad y Mercadeo con énfasis en Diseño Gráfico Computacional, integrando herramientas de publicidad, marketing, comunicación visual y diseño gráfico para ofrecer una solución práctica a una necesidad real del emprendimiento.

Finalmente, se espera que la propuesta contribuya al crecimiento de Creaciones Melline & Accesorios, fortalezca su competitividad dentro del mercado artesanal de Santiago de Veraguas y genere mayores oportunidades de desarrollo comercial a través de la apertura de un establecimiento físico.

5.3 Objetivos de la propuesta

5.3.1 Objetivo general

Diseñar e implementar una propuesta de estrategias de publicidad y mercadeo que contribuya al fortalecimiento de la imagen, el posicionamiento y la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas.

5.3.2 Objetivos específicos

- Fortalecer la identidad visual de Creaciones Melline & Accesorios mediante el desarrollo de piezas gráficas que proyecten una imagen profesional y atractiva.
- Diseñar estrategias de publicidad y marketing digital que incrementen el reconocimiento de la marca y atraigan nuevos clientes.

- Promover la apertura del establecimiento físico mediante campañas publicitarias dirigidas al mercado objetivo.
- Elaborar material publicitario impreso y digital que apoye la comunicación y promoción de los productos ofrecidos por el emprendimiento.
- Contribuir al posicionamiento de Creaciones Melline & Accesorios como un emprendimiento reconocido por la calidad y autenticidad de sus artesanías y accesorios típicos ocueños.

5.4 Metas a alcanzar

La implementación de la presente propuesta tiene como finalidad alcanzar metas que contribuyan al fortalecimiento y crecimiento de Creaciones Melline & Accesorios, favoreciendo su posicionamiento en el mercado local y apoyando la apertura de un establecimiento físico en la ciudad de Santiago de Veraguas.

Las metas planteadas son las siguientes:

- Fortalecer la identidad visual de Creaciones Melline & Accesorios mediante el diseño e implementación de material gráfico coherente con la imagen del emprendimiento.
- Incrementar el reconocimiento de la marca entre los consumidores de Santiago de Veraguas mediante la ejecución de estrategias de publicidad y mercadeo.
- Promocionar la apertura del establecimiento físico utilizando campañas publicitarias en redes sociales y material promocional impreso.
- Mejorar la presencia digital del emprendimiento mediante publicaciones constantes y contenido atractivo en plataformas como Instagram y Facebook.
- Aumentar el número de clientes potenciales interesados en los productos ofrecidos por el emprendimiento.
- Fortalecer la relación con los clientes mediante una atención personalizada y estrategias de fidelización.
- Posicionar a Creaciones Melline & Accesorios como un referente en la comercialización de artesanías y accesorios típicos ocueños en Santiago de Veraguas.

- Contribuir al crecimiento comercial del emprendimiento mediante la implementación de estrategias de publicidad y mercadeo adaptadas a las necesidades del mercado.

5.5 Beneficios de la propuesta

La implementación de la presente propuesta aportará beneficios tanto para Creaciones Melline & Accesorios como para sus clientes y el desarrollo comercial del emprendimiento. La aplicación de las estrategias de publicidad y mercadeo permitirá fortalecer la presencia de la marca en el mercado local, mejorar la comunicación con los consumidores y apoyar la apertura de un establecimiento físico.

Entre los principales beneficios se destacan los siguientes:

Beneficios para el emprendimiento:

- Fortalecimiento de la identidad e imagen de Creaciones Melline & Accesorios.
- Mayor reconocimiento y posicionamiento de la marca en Santiago de Veraguas.
- Incremento de la visibilidad mediante estrategias de publicidad y marketing digital.
- Mayor captación de clientes potenciales.
- Incremento de las oportunidades de venta y crecimiento del negocio.
- Consolidación de un establecimiento físico que facilite la exhibición y comercialización de los productos.

Beneficios para los clientes:

- Acceso a un establecimiento físico donde podrán conocer y adquirir los productos de forma directa.
- Atención personalizada durante el proceso de compra.
- Mayor facilidad para conocer las promociones y novedades del emprendimiento.
- Disponibilidad de una mayor variedad de artesanías y accesorios típicos ocueños en un solo lugar.

- Mejor experiencia de compra gracias a un espacio organizado, cómodo y accesible.

Beneficios para la comunidad:

- Promoción y preservación de las artesanías y tradiciones típicas ocueñas.
- Impulso al emprendimiento local y al desarrollo económico de Santiago de Veraguas.
- Promoción de productos elaborados artesanalmente, resaltando la identidad cultural de la región.
- Generación de un espacio comercial que fortalezca la oferta de productos artesanales para residentes y visitantes.

En conjunto, estos beneficios contribuirán al crecimiento sostenible de Creaciones Melline & Accesorios, fortaleciendo su competitividad y consolidando su presencia en el mercado mediante la implementación de estrategias de publicidad y mercadeo adaptadas a las necesidades del emprendimiento.

5.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades permite organizar las acciones necesarias para la implementación de la propuesta de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios. La planificación se ha distribuido en un período de ocho semanas, con el propósito de ejecutar de manera ordenada cada una de las estrategias planteadas.

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Planificación de la propuesta	X							
Diseño de la identidad visual	X	X						
Diseño de material publicitario		X	X					
Elaboración de publicaciones para redes sociales			X	X				
Producción del material promocional				X	X			
Campaña publicitaria de lanzamiento					X	X		
Adecuación del establecimiento físico						X	X	
Promoción de la inauguración							X	X
Evaluación de la propuesta								X

5.6.1 Descripción del cronograma

El cronograma establece una secuencia lógica para la implementación de las estrategias propuestas. Inicialmente, se realiza la planificación y el diseño de la identidad visual del emprendimiento, seguido de la elaboración del material publicitario y del contenido para redes sociales. Posteriormente, se desarrollan las acciones relacionadas con la producción del material promocional, la campaña de lanzamiento y la adecuación del establecimiento físico. Finalmente, se ejecutan las

actividades de promoción de la inauguración y la evaluación de los resultados obtenidos.

5.7 Presupuesto

El presupuesto presenta una estimación de los recursos económicos necesarios para implementar la propuesta de publicidad y mercadeo de Creaciones Melline & Accesorios. Los costos pueden variar de acuerdo con los proveedores y las características de los materiales seleccionados.

Descripción	Cantidad	Costo unitario (B/.)	Total (B/.)
Diseño e impresión de tarjetas de presentación	250	0.30	75.00
Diseño e impresión de volantes	500	1.00	500.00
Facia y estructura	1	280.00	280.00
Rótulos para el establecimiento	5	30.00	150.00
Bolsas personalizadas	100	1.75	175.00
Etiquetas para productos	200	0.25	50.00
Publicidad en redes sociales (Meta Ads)	1 campaña	150.00	150.00
Sesión fotográfica de productos	1	100.00	100.00
Decoración básica del establecimiento	1	250.00	250.00
Imprevistos	1	100.00	100.00
Total estimado			B/. 1,830.00

5.7.1 Descripción del presupuesto

El presupuesto contempla los principales gastos necesarios para la ejecución de la propuesta, incluyendo el diseño y producción de material publicitario, la promoción en redes sociales, la elaboración de elementos de identidad visual y la adecuación básica del establecimiento físico.

La inversión en publicidad y mercadeo permitirá incrementar la visibilidad del emprendimiento, fortalecer su imagen corporativa y apoyar el lanzamiento del establecimiento físico, contribuyendo a atraer nuevos clientes y mejorar el posicionamiento de Creaciones Meline & Accesorios en el mercado local.

5.8 Diseño de la propuesta

Propuesta de estrategias de publicidad y mercadeo para la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Meline & Accesorios en Santiago de Veraguas

La propuesta del proyecto consiste en el diseño e implementación de estrategias de publicidad y mercadeo que permitan fortalecer el posicionamiento de Creaciones Meline & Accesorios, incrementar el reconocimiento de la marca y apoyar la apertura de un establecimiento físico en la ciudad de Santiago de Veraguas.

Las estrategias fueron elaboradas tomando como referencia los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes potenciales, así como las necesidades identificadas durante el desarrollo de la investigación. La propuesta integra acciones de comunicación, marketing digital, identidad visual y promoción comercial, orientadas a mejorar la competitividad del emprendimiento y ofrecer una mejor experiencia a los consumidores.

Identidad visual de Creaciones Melline & Accesorios



Fig.01.Logotipo.



Fig.02.Isotipo.

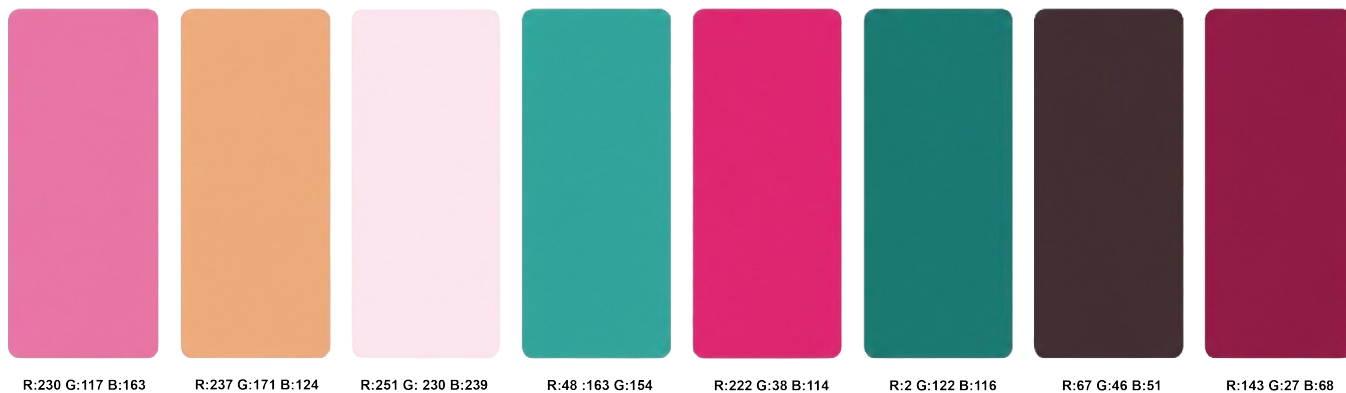


Fig.03. Paleta de Colores.

Fachada del local



Fig.04. Fachada del local.

Diseño de Valla Publicitaria



Fig.05. Diseño para valla para promocionar la marca y llegar mas rápido o de una manera más efecticas al público. Valla dónde se puede observar de gran tamaño su contacto telefónico, su red social y el cliente interesado pueda visualizar lo que el negocio ofrece de una manera rapida y eficaz.



Fig.06. Como se veria la valla en vía publica.

Banner Publicitario

Fig.07. Diseño del Banner.



Fig.08. Banner en la calle.

Volante



**Creaciones
Melline**
& Accesorios

Más Arte, Más Vida

MARCADOS TÍPICOS
— PUNTO EN CRUZ —

Se estilizan

-  **Camisas**
-  **Vestidos**
-  **Camisolas**
-  **Sueteres**

 **creacionesmelline** |  **6394-5021**
CONTÁCTANOS PARA AGENDAR TU PEDIDO

Fig.09. Diseño de volante publicitario.

Historias para Instagram



Fig.10. Historia de apertura.

Historias para Instagram



Fig.11. Historia de horario.

Post para Instagram



Creaciones Melline
& Accesorios
Más Arte, Más Vida

MARCADOS TÍPICOS
— PUNTO EN CRUZ —

Se estilizan

-  Camisas
-  Vestidos
-  Camisolas
-  Sueteres

 creacionesmelline |  6394-5021
CONTÁCTANOS PARA AGENDAR TU PEDIDO

Fig.12. Post promocional de prendas con marcados típicos en punto en cruz.

Post para Instagram



Fig.13. Post promocional de detalles artesanales y bordados hechos a mano.

Tarjeta de presentación



Fig.14. Tarjeta de presentación.

Empaques y Sticker



Fig.15. Calcomanía para personalizar caja de regalos y bolsas.



Fig.16. Caja para regalos.

Fig.17. Bolsa de compras.



Conclusiones

La investigación permitió identificar que existe una aceptación por parte de los consumidores hacia la apertura de un establecimiento físico de Creaciones Melline & Accesorios en la ciudad de Santiago de Veraguas, lo que evidencia una oportunidad para fortalecer la comercialización de artesanías y accesorios típicos ocueños. Los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas demostraron que los clientes valoran la calidad, el diseño y la autenticidad de los productos artesanales, además de considerar importante contar con un espacio físico donde puedan conocer la variedad de artículos y recibir una atención personalizada. Se determinó que las estrategias de publicidad y mercadeo constituyen una herramienta fundamental para incrementar el reconocimiento de la marca, fortalecer su posicionamiento y atraer nuevos clientes, tanto a través de medios digitales como de acciones promocionales presenciales. La propuesta desarrollada integra estrategias de identidad visual, marketing digital, material publicitario y promoción comercial, las cuales contribuirán al crecimiento de Creaciones Melline & Accesorios y respaldarán la apertura de un establecimiento físico en Santiago de Veraguas. Se concluye que la implementación de la propuesta permitirá mejorar la imagen del emprendimiento, aumentar su competitividad y ofrecer una mejor experiencia de compra a los clientes, favoreciendo el desarrollo y la sostenibilidad del negocio.

Recomendaciones

- Implementar de manera gradual las estrategias de publicidad y mercadeo propuestas, priorizando aquellas que fortalezcan la presencia digital y el reconocimiento de la marca antes de la apertura del establecimiento físico.
- Mantener una presencia activa en redes sociales mediante publicaciones frecuentes, contenido de calidad y campañas promocionales que permitan atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los consumidores actuales.
- Establecer un sistema de seguimiento y evaluación de las estrategias implementadas, utilizando indicadores como el alcance de las publicaciones, el crecimiento de seguidores, el número de clientes y el incremento de las ventas.
- Continuar participando en ferias artesanales y actividades culturales para dar a conocer los productos de Creaciones Melline & Accesorios, ampliar la cartera de clientes y fortalecer el posicionamiento de la marca.
- Brindar una atención personalizada y mantener altos estándares de calidad en la elaboración de los productos, con el propósito de fomentar la satisfacción y fidelización de los clientes.
- Actualizar periódicamente las estrategias de publicidad y mercadeo de acuerdo con las tendencias del mercado y las necesidades de los consumidores, asegurando la competitividad y el crecimiento continuo del emprendimiento.

Bibliografía

- Albarracín Espinoza, C. F., & Matovelle Vintimilla, A. L. (2017). *Diseño y ejecución de una guía para la aplicación de branding en la introducción de nuevos proyectos de emprendimiento de productos alimenticios artesanales, en el mercado local (Cuenca): Caso piloto: Productos Naturales Granja Verde* [Trabajo de graduación, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional de la Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6730>
- Ching Ruíz, Y. E., & Saavedra, R. (2025). Innovación y estrategias de mercadeo: El impulso del emprendimiento universitario en el Centro Regional Universitario de San Miguelito. *Revista Científica Saperes Universitas*, 8(2), 105–118. <https://publishing.fgu-edu.com/ojs/index.php/RSU/article/view/609>
- González, G. O. (2024). Conocimiento y uso de las herramientas de marketing digital por estudiantes de la Universidad de Panamá, CRUV de Veraguas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 4109–4123. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15149
- Guamán Marcatoma, E. M. (2024). *Campaña publicitaria para la promoción de los productos artesanales elaborados en fibra de cabuya de la comunidad Nizag, cantón Alausí*. [Trabajo de titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/15108>
- Jones Grinard, M. L. (2025). Diseño de estrategias integrales de mercadeo digital en Panamá. *Ciencia y Reflexión*, 4(3), 1078–1099. <https://doi.org/10.70747/cr.v4i3.429>
- Urcid Martínez, S. M., Mendoza Hernández, D. A., & Vega Macías, H. D. (2017). Las artesanías de Cortazar, Guanajuato como elemento de posicionamiento de marca ciudad. *Jóvenes en la Ciencia*, 2(1), 629–633. <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/1122>
- Vilca Coaquera, Y. Y., Ara Romero, P. A., & Torrico Ordoñez, M. de los Á. (2024). El marketing digital y los emprendimientos en el sector de artesanías en la

región Tacna, Perú. *Industrial Data*, 27(1), 41–67.
<https://doi.org/10.15381/idata.v27i1.25652>