

DE LA INVESTIGACIÓN A LA ACCIÓN: EMPODERANDO A EMPRENDEDORAS LATINAS EN MINNESOTA

Marketing y marca / Hallazgos de investigación y evaluación

Lo que hicimos

HACER llevó a cabo 56 encuestas y nueve entrevistas con emprendedoras latinas en Minnesota que en algún momento tuvieron negocios informales, para explorar qué motiva a las emprendedoras latinas a iniciar su propio negocio y qué barreras existen que les impiden dar el siguiente paso hacia la formalización.

Lo que aprendimos

Más del 96% de las encuestadas habían considerado la formalización, siendo la expansión de oportunidades y el aumento del alcance de mercado las principales motivaciones para formalizarse.

Rol del marketing y marca

Cinco entrevistados con negocios formalizados recomendarían el marketing a futuros emprendedores.

Los expertos en el campo del emprendimiento reconocen que el marketing (incluso los conceptos básicos) es esencial para que un negocio sea sostenible.

Los entrevistados comprenden la conexión entre el marketing y las finanzas, y expresan interés en seguir aprendiendo.



“Para mí, me gustaría aprender qué es el marketing digital. Y ahora he escuchado que hay un nuevo tema llamado marketing global, que es lo último de lo que se ha hablado. Entonces, para mí sería muy importante también aprender sobre el tema fiscal, el tema financiero.”

– Entrevista con la dueña de un negocio

Talleres informados por la comunidad

Proposito	Objetivos
El taller tuvo como objetivo equipar a los participantes con conocimientos prácticos y aplicables sobre marketing y marca en busca de una mayor rentabilidad de productos o servicios. También buscó aumentar el nivel de comodidad de los participantes con el proceso, saber por dónde empezar y acceder a recursos para apoyar su negocio en las etapas iniciales para el éxito posterior. También abordó cuestiones culturales.	Entender la marca y posicionamiento como base de las comunicaciones de marketing para negocios
	Comprender los diversos tipos de medios utilizados para interactuar con los clientes y cómo utilizar los medios de manera efectiva para el negocio

Contenido del taller

Definición de producto/servicio



- Comprender a fondo su producto/servicio: características, beneficios, singularidad
- Identificar la motivación/necesidad principal que satisface para los clientes.
- Determinar si se trata de una oferta nueva/innovadora o bien establecida.
- Definir el perfil ideal de cliente y sus hábitos de consumo

Marca y Posicionamiento



- Desarrollar una historia/misión de marca convincente que resuene emocionalmente
- Posicionar y diferenciar la marca de manera única y memorable frente a los competidores
- Aprovechar historias personales, nostalgia y lazos comunitarios para construir conexiones

Estrategias de marketing digital



- Seleccionar plataformas ideales (sitio web, redes sociales) según el público objetivo
- Crear contenido atractivo adaptado al formato de cada plataforma
- Desarrollar un calendario de publicaciones y horario de contenido consistentes
- Interactuar con la comunidad, responder a comentarios/opiniones
- Analizar métricas y adaptar estrategias basadas en lo que genera engagement/ventas

Resultados de participar en los talleres

Las participantes informaron que los talleres de marketing aumentaron su confianza y mejoraron su comprensión sobre la posición del producto y la definición de audiencias empresariales.

"Estaba escuchando y aprendiendo, me abrió mucho la mente y me quitó el miedo. Me ayudó a entender cómo dirigirme a las personas y hacer crecer mi negocio."
– Participante del taller

