EHRSAM
PERÚ CONSULT



POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EMPRENDEDORES – CÓMO DISTINGUIRTE DEL COMPETIDOR

Posted on 30. octubre 2025

Posicionamiento Estratégico para Emprendedores – Cómo Distinguirte del Competidor

Introducción

En un mercado saturado, no basta con tener un buen producto o servicio. La clave está en cómo tu marca ocupa un lugar en la mente de los consumidores. Ese lugar se define mediante el **posicionamiento**, que se construye a partir de la identidad de marca. Para un emprendedor, entender y gestionar este proceso puede marcar la diferencia entre ser recordado o pasar desapercibido.

¿Qué es el posicionamiento de marca?

El posicionamiento es la forma en que los clientes perciben tu marca frente a las alternativas del mercado. Tiene dos niveles:

- **Estratégico:** resume lo esencial de la identidad de marca y define la propuesta única de valor.
- **Operativo:** son las acciones concretas (publicidad, comunicación, diseño, servicio) que

transmiten ese posicionamiento al público.



Imagen de Freepik

Errores comunes de los emprendedores

Muchos fundadores se concentran solo en lo **operativo** (redes sociales, campañas, promociones) y descuidan lo **estratégico**. El resultado es una comunicación dispersa, sin coherencia ni impacto duradero.

Cómo lograr un buen posicionamiento

El punto de partida siempre es la identidad de marca. A partir de ella, un emprendedor debe:

1. **Seleccionar pocas características clave** que realmente diferencien a su negocio.
2. **Centrarse en atributos relevantes para el público objetivo**, no solo en lo que la empresa quiere destacar.
3. **Priorizar rasgos emocionales**, ya que son los que mejor generan conexión y fidelidad.
4. **Ser consistente en el tiempo**, porque un posicionamiento fuerte requiere continuidad.



Imagen de Freepik

Objetivos de posicionamiento

Dependiendo del nivel de implicación (involvement) de los clientes, existen diferentes enfoques:

- **Mixto:** alto componente emocional y cognitivo.
- **Orientado a hechos:** énfasis en información y racionalidad.
- **Enfocado en la experiencia:** fuerte conexión emocional con bajo interés cognitivo.
- **De actualidad:** bajo nivel de implicación, tanto emocional como racional.

Conclusión

El posicionamiento no es algo que ocurre por casualidad: es el resultado de decisiones estratégicas claras. Para un emprendedor, significa elegir con precisión cómo quiere ser recordado y trabajar de manera coherente en todos los puntos de contacto con su audiencia. Una identidad sólida es el cimiento, pero un posicionamiento estratégico convierte esa identidad en una ventaja competitiva real.

Escrito por Mónica Valcárcel

Fuente: Trabajo de seminario de Holger Ehrsam

Imagen de portada de Freepik